МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

ЧАСТЬ 3

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

Уровень профессионального образования
Высшее образование – бакалавриат

Год начала подготовки
по основной профессиональной образовательной программе
2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ БИЗНЕСА

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Определение целевой аудитории бизнеса» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

– *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*

– *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Определение целевой аудитории бизнеса» разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцентом Ветровой Е.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления

Протокол № _11__ от «_27__» __мая_ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового
университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 11

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 14

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 20

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 20

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 20

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 21

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 21

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 23

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 25

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 25

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 26

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 26

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 27

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 25

5.6 Образовательные технологии 29

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «Определение целевой аудитории бизнеса» заключается в получении обучающимися теоретических знаний по выявлению и оцениванию новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирование спроса; проведение маркетинговых исследований, разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и управление маркетинговой деятельностью организации.

Задачи дисциплины (модуля):

1. быть способным выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;
2. быть способным оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос
3. быть способным проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Определение целевой аудитории бизнеса»* реализуется в *обязательной части* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины «Определение целевой аудитории бизнеса» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Организационный менеджмент», «Риск-менеджмент».

Изучение дисциплины «Определение целевой аудитории бизнеса» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Управление взаимоотношениями с клиентами», «Маркетинговые коммуникации».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Определение целевой аудитории бизнеса»* направлен на формирование у обучающихся следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций: ОПК-4; ПК-2; ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент»*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Профессиональная компетенция	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Развитие предпринимательской инициативы	**ОПК-4**	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций ОПК -4.2 разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса	Знать: новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; Уметь: разрабатывать бизнес-планы Владеть: способностью выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Профессиональные компетенции	**ПК-2**	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций Уметь: анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос
Профессиональные компетенции	**ПК-3**	Способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований	*Знать:* маркетинговые исследования *Уметь:* проводить маркетинговые исследования *Владеть:* способностью проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять

		программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	маркетинговой деятельностью организации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 4 семестре, составляет _4_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет с оценкой.*

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**72**	72			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	**32**	32			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**63**	63			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**144**	**144**			

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	48	48			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			

Практические занятия	14	14			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС	24	24			
Иная контактная работа	87	87			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**9**	**9**			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**144**	**144**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	48	48			

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		4			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	48	48			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	14	14			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС	24	24			
Иная контактная работа	87	87			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**9**	**9**			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**144**	**144**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	48	48			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**				
			Всего	**Лекционного**	**Семинарского**	**Лабораторные**	**Контактная с ЭИОС**

Раздел 1 Понятие и сущность целевой аудитории	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Целевая аудитория: основные закономерности	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Основные типы целевой аудитории	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 2. Метод определения «5W» **Метод определения «от обратного» целевой аудитории**	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Метод определения «5W»	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Метод определения «от обратного» целевой аудитории	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 3. Метод определения возможной целевой аудитории от продукта Метод определения целевой аудитории от рынка	36	18	18	4	6	0	8
Тема 3.1 Метод определения возможной целевой аудитории от продукта	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Метод определения целевой аудитории от рынка	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 4. Целевая аудиторию сайта и в социальных сетях	36	18	18	4	6	0	8
Тема 4.1 Целевая аудиторию сайта	18	9	9	2	3	0	4
Тема 4.2 Целевая аудиторию в социальных сетях	18	9	9	2	3	0	4
Общий объем, часов	**144**	**63**	**40**	**16**	**24**	**0**	**32**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой 9**						

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного	Семинарского	Лабораторные	Контактная
Раздел 1 Понятие и сущность целевой аудитории	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Целевая аудитория: основные закономерности	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Основные типы целевой аудитории	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 2. Метод определения «5W» **Метод определения «от обратного» целевой аудитории**	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Метод определения «5W»	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Метод определения «от обратного» целевой аудитории	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 3. Метод определения возможной целевой аудитории от продукта Метод определения целевой аудитории от рынка	36	18	18	4	6	0	8
Тема 3.1 Метод определения возможной целевой аудитории от продукта	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Метод определения целевой аудитории от рынка	18	9	9	2	3	0	4

Раздел 4. Целевая аудиторию сайта и в социальных сетях	36	18	18	4	6	0	8
Тема 4.1 Целевая аудиторию сайта	18	9	9	2	3	0	4
Тема 4.2 Целевая аудиторию в социальных сетях	18	9	9	2	3	0	4
Общий объем, часов	**144**	**87**	**40**	**10**	**14**	**0**	**24**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой 9**						

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**				
			Всего	**Лекционного**	**Семинарского**	**Лабораторные**	**Контактная**
Раздел 1 Понятие и сущность целевой аудитории	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Целевая аудитория: основные закономерности	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Основные типы целевой аудитории	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 2. Метод определения «5W» **Метод определения «от обратного» целевой аудитории**	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Метод определения «5W»	18	9	9	2	3	0	4

Тема 2.2 Метод определения «от обратного» целевой аудитории	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 3. Метод определения возможной целевой аудитории от продукта Метод определения целевой аудитории от рынка	36	18	18	4	6	0	8
Тема 3.1 Метод определения возможной целевой аудитории от продукта	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Метод определения целевой аудитории от рынка	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 4. Целевая аудиторию сайта и в социальных сетях	36	18	18	4	6	0	8
Тема 4.1 Целевая аудиторию сайта	18	9	9	2	3	0	4
Тема 4.2 Целевая аудиторию в социальных сетях	18	9	9	2	3	0	4
Общий объем, часов	**144**	**87**	**40**	**10**	**14**	**0**	**24**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой 9**						

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема		**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**

	Всего СРС + контроль	Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.
Раздел 1 Понятие и сущность целевой аудитории	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 2. Метод определения «5W» **Метод определения «от обратного» целевой аудитории**	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 3. Метод определения возможной целевой аудитории от продукта Метод определения целевой аудитории от рынка	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 4. Целевая аудиторию сайта и в социальных сетях	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Общий объем, часов	**63**	**26**		**16**		**6**		**0**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой 9**							

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема		**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**

	Всего СРС + контроль	Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.
Раздел 1 Понятие и сущность целевой аудитории	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 2. Метод определения «5W» **Метод определения «от обратного» целевой аудитории**	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 3. Метод определения возможной целевой аудитории от продукта Метод определения целевой аудитории от рынка	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 4. Целевая аудиторию сайта и в социальных сетях	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Общий объем, часов	**87**	**26**		**16**		**6**		**0**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой 9**							

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема		**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**

	Всего СРС + контроль	Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.
Раздел 1 Понятие и сущность целевой аудитории	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 2. Метод определения «5W» **Метод определения «от обратного» целевой аудитории**	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 3. Метод определения возможной целевой аудитории от продукта Метод определения целевой аудитории от рынка	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 4. Целевая аудиторию сайта и в социальных сетях	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Общий объем, часов	**87**	**26**		**26**		**14**		**0**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой 9**							

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1 Понятие и сущность целевой аудитории

Тема 1.1 Целевая аудитория: основные закономерности

Цель: заключается в получении обучающимися теоретических знаний по выявлению и оцениванию новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление

рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирование спроса; проведение маркетинговых исследований, разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и управление маркетинговой деятельностью организации.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Понятие целевая аудитория, значение. Сегментация целевой аудитории. Создание продукта как способа решения проблемы целевой аудитории. Формулирование гипотезы проблемы. Маркетинговое исследование. Общение с представителями целевой аудитории.

Вопросы для самоподготовки:

1. Создание продукта как способа решения проблемы целевой аудитории.
2. Формулирование гипотезы проблемы.
3. Маркетинговое исследование.
4. Общение с представителями целевой аудитории.

Тема 1.2 Основные типы целевой аудитории

Цель: заключается в получении обучающимися теоретических знаний по выявлению и оцениванию новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирование спроса; проведение маркетинговых исследований, разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и управление маркетинговой деятельностью организации.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Целевая аудитория в сфере бизнеса (b2b – бизнес для бизнеса). Поставки сырья. Поставки запчастей и оборудования. Услуги программистов. Поставки товаров и услуг, в которых нуждается предприятие. Целевая аудитория в сфере индивидуального потребления (b2c – бизнес для пользователей)

Вопросы для самоподготовки:

1. Поставки сырья.
2. Поставки запчастей и оборудования.
3. Услуги программистов.
4. Поставки товаров и услуг, в которых нуждается предприятие.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ Раздел 1 Понятие и сущность целевой аудитории

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Понятие целевая аудитория, значение.
2. Сегментация целевой аудитории.
3. Создание продукта как способа решения проблемы целевой аудитории.
4. Формулирование гипотезы проблемы.
5. Маркетинговое исследование.
6. Общение с представителями целевой аудитории.
7. Целевая аудитория в сфере бизнеса (b2b – бизнес для бизнеса).
8. Поставки сырья. Поставки запчастей и оборудования.
9. Услуги программистов.
10. Поставки товаров и услуг, в которых нуждается предприятие.
11. Целевая аудитория в сфере индивидуального потребления (b2c – бизнес для пользователей)

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

Раздел 2. Метод определения «5W»

Метод определения «от обратного» целевой аудитории

Тема 2.1 Метод определения «5W»

Цель: заключается в получении обучающимися теоретических знаний по выявлению и оцениванию новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирование спроса; проведение маркетинговых исследований, разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и управление маркетинговой деятельностью организации.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

What? (Что продаем) — тип продукта. Who? (Кто купит) — портрет потенциального клиента. Why? (Почему купит) — мотивация для покупки. When? (Когда купит) — условия для покупки. Where? (Где купит) — место приобретения.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
2. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Цели и задачи прямого маркетинга.
5. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.

Тема 2.2 Метод определения «от обратного» целевой аудитории

Цель: заключается в получении обучающимися теоретических знаний по выявлению и оцениванию новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирование спроса; проведение маркетинговых исследований, разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и управление маркетинговой деятельностью организации.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Конечный продукт. Потребности бизнеса. Мотивация клиентов. Сегмент бизнеса. Отклик целевой аудитории.

Вопросы для самоподготовки:

1. Планирование целей директ – маркетинговой компании.
2. Выбор каналов отклика.
3. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2. Метод определения «5W»

Метод определения «от обратного» целевой аудитории

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. What? (Что продаем) — тип продукта.
2. Who? (Кто купит) — портрет потенциального клиента.
3. Why? (Почему купит) — мотивация для покупки.
4. When? (Когда купит) — условия для покупки.
5. Where? (Где купит) — место приобретения.

6. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
7. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
8. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
9. Цели и задачи прямого маркетинга.
10. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
11. Конечный продукт.
12. Потребности бизнеса.
13. Мотивация клиентов.
14. Сегмент бизнеса.
15. Отклик целевой аудитории.

УБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

Раздел 3. Метод определения возможной целевой аудитории от продукта Метод определения целевой аудитории от рынка

Тема 3.1 Метод определения возможной целевой аудитории от продукта

Цель: заключается в получении обучающимися теоретических знаний по выявлению и оцениванию новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирование спроса; проведение маркетинговых исследований, разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и управление маркетинговой деятельностью организации.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Сравнительный конкурентный анализ продукта. Опрос существующих покупателей продукта. Причины покупки. Ключевые потребности, которые решает продукт. Основные требования потребителей к продукту. Социально-демографические характеристики аудитории (пол, возраст, род занятий, социальный статус). Психографические особенности целевой аудитории (образ жизни, жизненная позиция, ценности, мотивация для покупки). Как и где клиент узнает о продукте. Как клиент купит продукт. Что подтолкнет его в покупке. Сильные и слабые стороны продукта. Возможности для продвижения. Вероятные сложности при продвижении. Сегментация рынка. План мероприятий для привлечения возможных клиентов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сильные и слабые стороны продукта.
2. Возможности для продвижения.
3. Вероятные сложности при продвижении.
4. Сегментация рынка.
5. План мероприятий для привлечения возможных клиентов.

Тема 3.2 Метод определения целевой аудитории от рынка

Цель: заключается в получении обучающимися теоретических знаний по выявлению и оцениванию новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирование спроса; проведение маркетинговых исследований, разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и управление маркетинговой деятельностью организации.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Исследование рынка. Готовые отчеты в открытых источниках. Аналогичные продукты. Преимущества аналогичного продукта. Каналы для продвижения. Опросы потенциальной целевой аудитории. Коммуникации с брендом. Прогноз целевой аудитории. Описание клиента.

Вопросы для самоподготовки:

1. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом.
2. Правила разработки и выбора средств для ответа.
3. Алгоритм поступления и обработки отклика.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3. Метод определения возможной целевой аудитории от продукта Метод определения целевой аудитории от рынка

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Сравнительный конкурентный анализ продукта.
2. Опрос существующих покупателей продукта.
3. Причины покупки.
4. Ключевые потребности, которые решает продукт.
5. Основные требования потребителей к продукту.
6. Социально-демографические характеристики аудитории (пол, возраст, род занятий, социальный статус).
7. Психографические особенности целевой аудитории (образ жизни, жизненная позиция, ценности, мотивация для покупки).
8. Как и где клиент узнает о продукте.
9. Как клиент купит продукт.
10. Что подтолкнет его в покупке.
11. Сильные и слабые стороны продукта.
12. Возможности для продвижения.
13. Вероятные сложности при продвижении.
14. Сегментация рынка.
15. План мероприятий для привлечения возможных клиентов.
16. Исследование рынка.
17. Готовые отчеты в открытых источниках.
18. Аналогичные продукты.
19. Преимущества аналогичного продукта.
20. Каналы для продвижения.
21. Опросы потенциальной целевой аудитории.
22. Коммуникации с брендом.
23. Прогноз целевой аудитории.
24. Описание клиента.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

Раздел 4. Целевая аудиторию сайта и в социальных сетях

Тема 4.1 Целевая аудиторию сайта

Цель: заключается в получении обучающимися теоретических знаний по выявлению и оцениванию новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирование спроса; проведение маркетинговых исследований, разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и управление маркетинговой деятельностью организации.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Google Analytics и Яндекс Метрики: демографические характеристики аудитории (язык, страна, город); сведения об используемых системах; данные по мобильным устройствам; источники трафика; особенности поведения; демографические данные; интересы; география. SimilarWeb: интересы; актуальные темы; другие сайты, посещаемые аудиторией; источники переходов; географию; поведение на сайте.

Вопросы для самоподготовки:

SimilarWeb: интересы; актуальные темы; другие сайты, посещаемые аудиторией; источники переходов; географию; поведение на сайте.

Тема 4.2 Целевая аудиторию в социальных сетях

Цель: заключается в получении обучающимися теоретических знаний по выявлению и оцениванию новых рыночных возможностей, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирование спроса; проведение маркетинговых исследований, разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга и управление маркетинговой деятельностью организации.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Сбор и систематизация данных об аудитории конкурентов. TargetHunter (ВКонтакте: возраст и пол подписчиков, геоположение и семейный статус). Церебро Таргет, ОКТаргет, Pepper.Ninja.

Вопросы для самоподготовки:

1. Церебро Таргет,
2. ОКТаргет,
3. Pepper.Ninja.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4. Целевая аудиторию сайта и в социальных сетях

Форма практического задания: реферат

Темы рефератов:

1. Google Analytics и Яндекс Метрики: демографические характеристики аудитории (язык, страна, город); сведения об используемых системах; данные по мобильным устройствам; источники трафика; особенности поведения; демографические данные; интересы; география.
2. SimilarWeb: интересы; актуальные темы; другие сайты, посещаемые аудиторией; источники переходов; географию; поведение на сайте. Сбор и систематизация данных об аудитории конкурентов.
3. TargetHunter (ВКонтакте: возраст и пол подписчиков, геоположение и семейный статус).
4. Церебро Таргет,
5. ОКТаргет,
6. Pepper.Ninja.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** которые проводятся в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Знать: новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать бизнес-планы	Этап формирования умений
		Владеть: способностью выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций	Этап формирования знаний
		Уметь: анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Этап формирования умений
		Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	Способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и	*Знать:* маркетинговые исследования	Этап формирования знаний
		Уметь: проводить маркетинговые исследования	Этап формирования умений

	реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	*Владеть:* способностью проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ОПК-4; ПК-2; ПК-3.	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в

			изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
ОПК-4; ПК-2; ПК-3.	Этап формирования умений.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению5-6 баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по
ОПК-4; ПК-2; ПК-3.	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических	

		заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	решению задания - 0-4 баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие целевая аудитория, значение.
2. Сегментация целевой аудитории.
3. Создание продукта как способа решения проблемы целевой аудитории.
4. Формулирование гипотезы проблемы.
5. Маркетинговое исследование.
6. Общение с представителями целевой аудитории.
7. Целевая аудитория в сфере бизнеса (b2b – бизнес для бизнеса).
8. Целевая аудитория в сфере индивидуального потребления (b2c – бизнес для пользователей)
9. What? (Что продаем) — тип продукта.
10. Who? (Кто купит) — портрет потенциального клиента.
11. Why? (Почему купит) — мотивация для покупки.
12. When? (Когда купит) — условия для покупки.
13. Where? (Где купит) — место приобретения.
14. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
15. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
16. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
17. Цели и задачи прямого маркетинга.
18. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
19. Конечный продукт.
20. Потребности бизнеса.
21. Мотивация клиентов.
22. Сегмент бизнеса.
23. Отклик целевой аудитории.
24. Сравнительный конкурентный анализ продукта.
25. Опрос существующих покупателей продукта.
26. Причины покупки.
27. Ключевые потребности, которые решает продукт.
28. Основные требования потребителей к продукту.
29. Социально-демографические характеристики аудитории (пол, возраст, род занятий, социальный статус).
30. Психографические особенности целевой аудитории (образ жизни, жизненная позиция, ценности, мотивация для покупки).
31. Как и где клиент узнает о продукте.
32. Как клиент купит продукт.

33. Что подтолкнет его в покупке.
34. Сильные и слабые стороны продукта.
35. Возможности для продвижения.
36. Вероятные сложности при продвижении.
37. Сегментация рынка.
38. План мероприятий для привлечения возможных клиентов.
39. Исследование рынка.
40. Готовые отчеты в открытых источниках.
41. Аналогичные продукты.
42. Преимущества аналогичного продукта.
43. Каналы для продвижения.
44. Опросы потенциальной целевой аудитории.
45. Коммуникации с брендом.
46. Прогноз целевой аудитории.
47. Описание клиента.
48. Google Analytics и Яндекс Метрики: демографические характеристики аудитории (язык, страна, город); сведения об используемых системах; данные по мобильным устройствам; источники трафика; особенности поведения; демографические данные; интересы; география.
49. SimilarWeb: интересы; актуальные темы; другие сайты, посещаемые аудиторией; источники переходов; географию; поведение на сайте. Сбор и систематизация данных об аудитории конкурентов.
50. TargetHunter (ВКонтакте: возраст и пол подписчиков, геоположение и семейный статус).
51. Церебро Таргет,
52. ОКТаргет,
53. Pepper.Ninja.
54. Деление целевой аудитории продукта на потребителей и покупателей.
55. Как определить целевую аудиторию для бизнеса.
56. Рекламные предложения и маркетинговые мероприятия.
57. Виды целевой аудитории для бизнеса: основная, косвенная.
58. Аудитория, которая влияет на восприятие продукта обществом.
59. Популярные блогеры, известные личности, признанные эксперты.
60. Создание продукта, оценка рекламных кампаний, разработка ценовой политики и выбор каналов продаж.
61. Востребованные продукты и эффективные коммуникации.
62. Основные вопросы: кому необходим продукт; зачем продукт может потребоваться; где и как клиент сможет продукт получить; какие способы использует для получения; откуда клиент в принципе узнает о продукте.

Аналитическое задание

1. Внедрение новых методов сбора и анализа данных.
2. CATI (устройство для компьютеризированных телефонных опросов).
3. CAPI (устройство для компьютеризированных личных интервью).
4. Peoplemeters (устройство для оценки популярности различных телевизионных передач).
5. Формирование новых подходов к анализу рынка с помощью микромаркетинга и маркетинга баз данных.
6. Применение нововведений в области имеющихся маркетинговых данных, связанных с концепцией управления знаниями.
7. Информационные системы, обеспечивающие эффективную ориентацию на рынок - CRM (customer relationship management - управление взаимоотношениями с клиентами).

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Куприянов, Ю. В. Бизнес-системы. Основы теории управления : учебное пособие для вузов / Ю. В. Куприянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 217 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14352-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477432 (дата обращения: 20.06.2021).

2. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8377-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469221 (дата обращения: 20.06.2021).

3. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/478126 (дата обращения: 20.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475203 (дата обращения: 20.06.2021).

2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. —

552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/482662 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемых выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Определение целевой аудитории бизнеса» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

− внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;

2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Определение целевой аудитории бизнеса»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Определение целевой аудитории бизнеса»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Определение целевой аудитории бизнеса»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Определение целевой аудитории бизнеса»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Определение целевой аудитории бизнеса»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Определение целевой аудитории бизнеса»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью «Менеджмент»,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

− *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*

− *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития» разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцентом Ветровой Е.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления

Протокол № _11__ от «_27__» __мая__ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)....4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата....4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)....8

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 8

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 11

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 16

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 16

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 20

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 25

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 25

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 25

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 27

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 29

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций....29

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 30

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)....30

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 31

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)....31

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)....33

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ..30

5.6 Образовательные технологии 34

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ....**Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития» заключается в получении обучающимися теоретических знаний по принятию обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; разработке обоснованных организационно-управленческих решений с учетом их социальной значимости, содействие их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценка их последствий; выявление и оценивание новых рыночных возможностей, разработка бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций; применение основных методов финансового менеджмента для оценки активов, управление оборотным капиталом, принятие инвестиционных решений; оценивание воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализ и выявление рыночных рисков, анализ поведения потребителей и формирования спроса; проведение изменений в организации, приносящих пользу заинтересованным сторонам, путем выявления потребностей заинтересованных сторон и обоснование решений, описывающих возможные пути реализации изменений

Задачи дисциплины (модуля):

1. быть способным принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

2. быть способным разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;

3. быть способным выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;

4. быть способным применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения

5. быть способным оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос

6. быть способным проводить изменения в организации, приносящих пользу заинтересованным сторонам, путем выявления потребностей заинтересованных сторон и обосновывать решения, описывающие возможные пути реализации изменений

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития»* реализуется в *обязательной части* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Организационный менеджмент», «Риск-менеджмент».

Изучение дисциплины «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Управление взаимоотношениями с клиентами», «Маркетинговые коммуникации».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальные, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-10; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-5, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент»*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Профессиональная компетенция	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	**УК-10**	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике УК-10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей. УК- 10.3 Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	Знать: экономические решения в различных областях жизнедеятельности Уметь: принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности Владеть: способностью принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Подготовка решений и оценка последствий их реализации	**ОПК-3**	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях	ОПК-3.1 определяет социальные, финансово-экономические цели деятельности организации (предприятия) и формирует на их основе перечни задач, которые могут решаться инструментами экономического анализа ОПК-3.2 оценивает последствия альтернативных вариантов решения поставленных профессиональных задач;	Знать: управленческие решения с учетом их социальной значимости Уметь: содействовать реализации управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия Владеть: способностью разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях

		сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	разрабатывает и обосновывает варианты их решения с учетом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий ОПК - 3.3 прогнозирует ответное поведение других заинтересованных сторон/участников стратегического взаимодействия (конкурентов, партнеров, подчиненных и др.) на принимаемые организационно-управленческие решения ОПК – 3.4 принимает социально-финансово-обоснованные организационно-управленческие решения в своей профессиональной деятельности	сложной и динамичной среды и оценивать их
Развитие предпринимательской инициативы	ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций ОПК -4.2 разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса	Знать: новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; Уметь: разрабатывать бизнес-планы Владеть: способностью выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций
Профессиональные компетенции	**ПК-1**	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять	ПК-1.1 Знает принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для	*Знать:* основные методы финансового менеджмента *Уметь:* применять основные методы финансового менеджмента для оценки *Владеть:* способностью применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным

		оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	эффективного управления капиталом предприятия. ПК-1.2 использует на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применяет современные методы управления оборотным капиталом. ПК-1.3 разрабатывает и принимает инвестиционные решения, решения по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала	капиталом, принимать инвестиционные решения
Профессиональные компетенции	**ПК-2**	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций *Уметь:* анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос *Владеть:* способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос
Профессиональные компетенции	**ПК-5**	Способен проводить изменения в организации, приносящих пользу заинтересованным сторонам, путем выявления потребносте	ПК-5.1 Анализирует контекст, организационные структуры, бизнес-процессы с целью выявления заинтересованных сторон, используя техники эффективных коммуникаций, планирует, организовывает и проводит встречи и обсуждения с заинтересованными сторонами	*Знать:* возможные изменения организации, приносящих пользу заинтересованным лицам *Уметь:* проводить изменения в организации, приносящих пользу заинтересованным сторонам *Владеть:* способностью проводить изменения в организации, приносящих пользу заинтересованным сторонам, путем выявления

		й заинтересованных сторон и обосновывать решения, описывающие возможные пути реализации изменений	ПК-5.2 Разрабатывает планы взаимодействия с заинтересованными сторонами, реализует мероприятия по подготовке организации к проведению изменений ПК-5.3 провидит мониторинг проводимых изменений с точки зрения достижения разработанных целевых показателей решения, анализирует и оценивает эффективность реализованного решения, разрабатывает пути доработки решения в случае недостижения решением поставленных бизнес-целей	потребностей заинтересованных сторон и обосновывать решения, описывающие возможные пути реализации изменений

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 4 и 5 семестре, составляет _5_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4	5		
Аудиторные учебные занятия, всего	**90**	**36**	**54**		
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем:					
Учебные занятия лекционного типа	14	8	6		
Учебные занятия семинарского типа	36	12	24		
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	40	16	24		
Самостоятельная работа обучающихся*, всего	**90**	**36**	**54**		
В том числе:					

Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	40	16	24		
Выполнение практических заданий	40	16	24		
Рубежный текущий контроль	10	4	6		
Вид промежуточной аттестации, контроль (час)	**Зачет**	**зачет**	**зачет**		
Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.	**5**	**2**	**3**		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4	5		
Аудиторные учебные занятия, всего	**90**	**36**	**54**		
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем:					
Учебные занятия лекционного типа	14	8	6		
Учебные занятия семинарского типа	36	12	24		
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	40	16	24		
Самостоятельная работа обучающихся*, всего	**90**	**36**	**54**		
В том числе:					
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	40	16	24		
Выполнение практических заданий	40	16	24		
Рубежный текущий контроль	10	4	6		

Вид промежуточной аттестации, контроль (час)	**Зачет**	**зачет**	**зачет**		
Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.	**5**	**2**	**3**		

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		4	5		
Аудиторные учебные занятия, всего	**90**	**36**	**54**		
В том числе контактная работа обучающихся с преподавателем:					
Учебные занятия лекционного типа	14	8	6		
Учебные занятия семинарского типа	36	12	24		
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	40	16	24		
Самостоятельная работа обучающихся*, всего	**90**	**36**	**54**		
В том числе:					
Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение разделов дисциплины в ЭИОС	40	16	24		
Выполнение практических заданий	40	16	24		
Рубежный текущий контроль	10	4	6		
Вид промежуточной аттестации, контроль (час)	**Зачет**	**зачет**	**зачет**		
Общая трудоемкость учебной дисциплины, з.е.	**5**	**2**	**3**		

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов						
	Всего	Самостоятельная работа, в т.ч.	Контактная работа обучающихся с преподавателем				
			Всего	Лекционного	Семинарского	Лабораторные	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1 Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	36	18	18	3	7	0	8
Тема 1.1 Назначение бизнес-плана и его основные элементы	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Основные принципы внутрифирменного планирования	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 2. Процесс и организация планирования на предприятии	36	18	18	3	7	0	8
Тема 2.1 Планирование как важнейшая функция управления. Этапы процесса планирования хозяйственной и финансовой деятельности предприятия	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Организация планово-экономической работы предприятий	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 3. Методологические основы планирования и прогнозирования	36	18	18	3	7	0	8

Тема 3.1 Основные понятия и определения. Характеристика прогностики как науки	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Классификация (типизация) планов и прогнозов	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 4. Прогнозирование базовых условий социально-экономического развития	36	18	18	3	7	0	8
Тема 4.1 Прогноз социально-экономического развития	18	9	9	2	3	0	4
Тема 4.2 Бюджетное планирование и прогнозирование и его роль в реализации государственных планов	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 5. Бизнес-планирование на предприятии	36	18	18	2	8	0	8
Тема 5.1 Финансовое планирование на предприятии	18	9	9	1	4	0	4
Тема 5.2 Предмет и методология внутрифирменного планирования и прогнозирования	18	9	9	1	4	0	4
Общий объем, часов	**180**	**90**	**90**	**14**	**36**	**0**	**40**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**						

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**		
	Всего	**Самостоятельн**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**

			Всего	Лекционного	Семинарского	Лабораторные	Контактная работа в ЭИОС
Раздел 1 Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	36	18	18	3	7	0	8
Тема 1.1 Назначение бизнес-плана и его основные элементы	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Основные принципы внутрифирменного планирования	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 2. Процесс и организация планирования на предприятии	36	18	18	3	7	0	8
Тема 2.1 Планирование как важнейшая функция управления. Этапы процесса планирования хозяйственной и финансовой деятельности предприятия	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Организация планово-экономической работы предприятий	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 3. Методологические основы планирования и прогнозирования	36	18	18	3	7	0	8
Тема 3.1 Основные понятия и определения. Характеристика прогностики как науки	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Классификация (типизация) планов и прогнозов	18	9	9	1	4	0	4

Раздел 4. Прогнозирование базовых условий социально-экономического развития	36	18	18	3	7	0	8
Тема 4.1 Прогноз социально-экономического развития	18	9	9	2	3	0	4
Тема 4.2 Бюджетное планирование и прогнозирование и его роль в реализации государственных планов	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 5. Бизнес-планирование на предприятии	36	18	18	2	8	0	8
Тема 5.1 Финансовое планирование на предприятии	18	9	9	1	4	0	4
Тема 5.2 Предмет и методология внутрифирменного планирования и прогнозирования	18	9	9	1	4	0	4
Общий объем, часов	**180**	**90**	**90**	**14**	**36**	**0**	**40**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**						

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа, в т.ч.**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**				
			Всего	**Лекционного**	**Семинарского**	**Лабораторные**	**Контактная работа в ЭИОС**

Раздел 1 Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	36	18	18	3	7	0	8
Тема 1.1 Назначение бизнес-плана и его основные элементы	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Основные принципы внутрифирменного планирования	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 2. Процесс и организация планирования на предприятии	36	18	18	3	7	0	8
Тема 2.1 Планирование как важнейшая функция управления. Этапы процесса планирования хозяйственной и финансовой деятельности предприятия	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Организация планово-экономической работы предприятий	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 3. Методологические основы планирования и прогнозирования	36	18	18	3	7	0	8
Тема 3.1 Основные понятия и определения. Характеристика прогностики как науки	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Классификация (типизация) планов и прогнозов	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 4. Прогнозирование базовых условий социально-экономического развития	36	18	18	3	7	0	8

Тема 4.1 Прогноз социально-экономического развития	18	9	9	2	3	0	4
Тема 4.2 Бюджетное планирование и прогнозирование и его роль в реализации государственных планов	18	9	9	1	4	0	4
Раздел 5. Бизнес-планирование на предприятии	36	18	18	2	8	0	8
Тема 5.1 Финансовое планирование на предприятии	18	9	9	1	4	0	4
Тема 5.2 Предмет и методология внутрифирменного планирования и прогнозирования	18	9	9	1	4	0	4
Общий объем, часов	**180**	**90**	**90**	**14**	**36**	**0**	**40**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**						

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Всего СРС + контроль**	**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**						
		Академическая	**Форма академической активности**	**Выполнение практ.**	**Форма практического задания**	**Рубежный текущий**	**Форма рубежного текущего контроля**	**Контроль (промежут.**
Модуль 1. Название модуля, семестр 4, 5								

Раздел 1. Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 2. Процесс и организация планирования на предприятии	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 3. Методологические основы планирования и прогнозирования	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 4. Прогнозирование базовых условий социально-экономического развития	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 5. Бизнес-планирование на предприятии	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Общий объем, часов	**90**	**40**		**40**		**10**		0
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	**Всего СРС + контроль**	**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**						
		Академическая	**Форма академической активности**	**Выполнение практ.**	**Форма практического задания**	**Рубежный текущий**	**Форма рубежного текущего контроля**	**Контроль (промежут.**

Модуль 1. Название модуля, семестр 4, 5								
Раздел 1. Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 2. Процесс и организация планирования на предприятии	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 3. Методологические основы планирования и прогнозирования	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 4. Прогнозирование базовых условий социально-экономического развития	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 5. Бизнес-планирование на предприятии	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Общий объем, часов	**90**	**40**		**40**		**10**		0
Форма промежуточной аттестации		**Зачет**						

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема		**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**

	Всего СРС + контроль	Академическая	Форма академической активности	Выполнение практ.	Форма практического задания	Рубежный текущий	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут.
Модуль 1. Название модуля, семестр 4, 5								
Раздел 1. Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 2. Процесс и организация планирования на предприятии	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 3. Методологические основы планирования и прогнозирования	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 4. Прогнозирование базовых условий социально-экономического развития	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Раздел 5. Бизнес-планирование на предприятии	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	0
Общий объем, часов	**90**	**40**		**40**		**10**		0
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

РАЗДЕЛ 1. Сущность бизнес-планирования. Функции и принципы планирования на предприятии

Тема 1.1 Назначение бизнес-плана и его основные элементы

Цель: формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины: Функции бизнес-планирования. Инициирование. Прогнозирование. Оптимизация. Координация и интеграция. Безопасность управления. Упорядочение. Контроль. Воспитание и обучение. Документирование

Вопросы для самоподготовки:

1. Ранжирование и анализ основных элементов бизнес-плана и принципов внутрифирменного планирования

Тема 1.2 Основные принципы внутрифирменного планирования

Цель: формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины: Основные принципы внутрифирменного планирования. Необходимость. Непрерывность. Эластичность и гибкость. Системность. Точность и детализация. Экономичность. Оптимальность. Связь уровней управления. Участие. Холизм. Ранжирование объектов планирования. Вариантность. Социальная ориентация. Стабильность. Адекватность.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные внешние и внутренние факторы развития принципов планирования предприятия

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Основные функции бизнес-планирования
2. Планирование как функция управления
3. Сравнительный анализ функций бизнес-планирования
4. Преимущества и недостатки функции бизнес-планирования
5. Основные принципы внутрифирменного планирования: характеристика

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 2. Процесс и организация планирования на предприятии

Тема 2.1. **Планирование как важнейшая функция управления. Этапы процесса планирования хозяйственной и финансовой деятельности предприятия**

Цель: формирование у студента формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины: Планирование как важнейшая функция управления. Этапы процесса планирования хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Системы планирования. Объекты планирования. Разработчики планов. Методы планирования.

Вопросы для самоподготовки:

1. Средства планирования.

2. Порядок составления планов

Тема 2.2. **Организация планово-экономической работы предприятий**

Цель: формирование у студента формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины: Организация планово-экономической работы предприятий. Встречное планирование и его преимущества. Организационные структуры планирования

Вопросы для самоподготовки:

1. Показатели, признаки и основания как инструментарий планирования.

2. Количественные показатели.

3. Качественные показатели.

4. Натуральные показатели.

5. Стоимостные показатели

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов к разделу 2:

1. Встречное планирование
2. Показатели, признаки и основания как инструментарий планирования
3. Средства планирования.
4. Порядок составления планов

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 3. Методологические основы планирования и прогнозирования

Тема 3.1 Основные понятия и определения. Характеристика прогностики как науки

Цель: формирование у студента формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и

делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины: Сущность прогнозирования. Гипотеза и прогнозирование как формы научного предвидения. Функции прогнозирования. Место прогнозирования для оценки возможных альтернатив экономического развития общества в перспективе. Функция прогнозирования по разработке прогноза социально-экономического развития страны и отдельного региона на основе выбора оптимальной стратегии. Понятие прогноза вообще и прогноза социально-экономического развития в частности. Технология разработки прогноза социально-экономического развития. Основные методологические принципы и задачи прогноза социально-экономического развития. Принцип системности. Принцип адекватности. Принцип альтернативности. Принцип экстраполяции (историзма). Принцип детерминации. Принцип согласованности. Принцип верифицируемости. Принцип эффективности.**.**

Вопросы для самоподготовки:

1. Принцип системности.
2. Принцип адекватности.
3. Принцип альтернативности.
4. Принцип экстраполяции (историзма).
5. Принцип детерминации.
6. Принцип согласованности.
7. Принцип верифицируемости.
8. Принцип эффективности.

Тема 3.2 Классификация (типизация) планов и прогнозов

Цель: формирование у студента формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины: Классификация прогнозов по характеру объекта прогноза. Классификация прогнозов по особенностям методологического подхода. Классификации прогнозов по уровню (масштабности) прогнозирования.

Вопросы для самоподготовки:

1. Классификация прогнозов по продолжительности периода прогнозирования

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов к разделу 3:

1. Основные методологические принципы прогнозирования
2. Принцип прогнозирования (на выбор)
3. Классификация прогнозов (по характеру объекта, по особенностям методологического подхода, по уровню прогнозирования, по продолжительности)

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. Прогнозирование базовых условий социально- экономического развития

Тема 4.1. **Прогноз социально-экономического развития**

Цель: формирование у студента формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Вопросы для самоподготовки: Прогноз социально-экономического развития стран: решаемые задачи; состав; структура; особенности разрезов. Логика и процедура прогнозирования динамики развития страны; содержание этапов; специфика используемого информационного массива.

1. Прогнозирование демографического развития.

2. Процесс разработки демографических прогнозов и планов.

Тема 4.2. **Бюджетное планирование и прогнозирование и его роль в реализации государственных планов**

Цель: формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины: Основы бюджетного планирования и прогнозирования. Особенности планирования доходов, расходов, источников финансирования дефицита федерального бюджета.

Вопросы для самоподготовки:

1. Разработка государственного финансового плана

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов к разделу 4:

1. Логика и процедура прогнозирования
2. Основы бюджетного планирования и прогнозирования
3. Особенности планирования доходов
4. Особенности планирования расходов

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 5. Бизнес-планирование на предприятии

Тема 5.1. **Финансовое планирование на предприятии**

Цель: формирование у студента формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины: Сущность финансового планирования на предприятии. Задачи, цели и функции финансового планирования. Основные виды финансового плана. Логика разработки финансового плана. Содержание разделов финансового плана. Финансовое планирование в системе бюджетирования текущей деятельности.

Вопросы для самоподготовки:

1. Методика формирования финансового плана

2. Проверка финансового плана.

Тема 5.2. **Предмет и методология внутрифирменного планирования и прогнозирования**

Цель: формирование у студента способности проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия (ОПК-3), умения моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций (ПК-13)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины: Необходимость, понятие и значение внутрифирменного прогнозирования. Методология внутрифирменного прогнозирования: методы, принципы и логика внутрифирменного прогнозирования. Связь процесса прогнозирования и внутрифирменного планирования.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные экономические прогнозы фирмы (организации)

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов к разделу 5:

1. Финансовый план: методика формирования
2. Финансовое планирование: задачи, цели и функции
3. Сущность финансового планирования на предприятии
4. Разработка финансового плана
5. Проверка финансового плана
6. Связь прогнозирования и внутрифирменного планирования

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** которые проводятся в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Знать: экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Этап формирования знаний
		Уметь: принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Этап формирования умений
		Владеть: способностью принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Знать: управленческие решения с учетом их социальной значимости	Этап формирования знаний
		Уметь: содействовать реализации управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Этап формирования умений
		Владеть: способностью разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений	Знать: новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать бизнес-планы	Этап формирования умений

	деятельности и организаций	Владеть: способностью выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-1	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	*Знать:* основные методы финансового менеджмента	Этап формирования знаний
		Уметь: применять основные методы финансового менеджмента для оценки	Этап формирования умений
		Владеть: способностью применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций	Этап формирования знаний
		Уметь: анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Этап формирования умений
		Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-5	Способен проводить изменения в организации, приносящих пользу заинтересованным сторонам, путем выявления потребностей заинтересованных сторон и обосновывать решения, описывающие возможные пути реализации изменений	*Знать:* возможные изменения организации, приносящих пользу заинтересованным лицам	Этап формирования знаний
		Уметь: проводить изменения в организации, приносящих пользу заинтересованным сторонам	Этап формирования умений
		Владеть: способностью проводить изменения в организации, приносящих пользу заинтересованным сторонам, путем выявления потребностей заинтересованных сторон и обосновывать решения, описывающие возможные пути реализации изменений	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-10; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-5.	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.

УК-10; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-5.	Этап формирования умений.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению5-6 баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.
УК-10; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-5.	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Основные функции бизнес-планирования
2. Планирование как функция управления
3. Сравнительный анализ функций бизнес-планирования
4. Преимущества и недостатки функции бизнес-планирования
5. Основные принципы внутрифирменного планирования: характеристика
6. Встречное планирование
7. Показатели, признаки и основания как инструментарий планирования
8. Средства планирования.
9. Порядок составления планов
10. Основные методологические принципы прогнозирования
11. Принципы прогнозирования
12. Классификация прогнозов
13. Логика и процедура прогнозирования
14. Основы бюджетного планирования и прогнозирования
15. Особенности планирования доходов
16. Особенности планирования расходов
17. Финансовый план: методика формирования
18. Финансовое планирование: задачи, цели и функции
19. Сущность финансового планирования на предприятии
20. Разработка финансового плана
21. Проверка финансового плана
22. Связь прогнозирования и внутрифирменного планирования

Аналитическое задание

1. Между предприятиями-изготовителями установились определенные хозяйственные связи. Первое предприятие продало свою продукцию второму предприятию на сумму 10 млн руб., а остальную продукцию реализовало на товарном рынке на 20 млн руб. Второе и третье предприятие поставили четвертому предприятию продукцию, соответственно, на 50 и 100 млн руб.; четвертое - пятому на сумму 400 млн руб. Пятое предприятие, реализовав свою продукцию на рынке, получило 700 млн руб. Рассчитайте величину конечного продукта (КП) и промежуточного продукта (ПП), а также размер валового внутреннего продукта (ВВП), созданного этими предприятиями.

2. «Разработка Дерева целей развития предприятия». Последовательно определите уровни «Дерева целей» для конкретного хозяйствующего субъекта (предприятия): 1. Выберите предприятие для анализа. 2. Сформулировать миссию и/или генеральную цель развития данного предприятия. 3. Составьте перечень целей развития объекта планирования. 4. Разработайте возможные подцели для каждой сформулированной цели. 5. Составьте портфель методов (средств) достижения идентифицированных целей и подцелей. 6. Разработайте ресурсное обеспечение «Дерева целей».

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 290 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03369-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468863 (дата обращения: 20.06.2021).
2. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469084 (дата обращения: 20.06.2021).
3. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7709-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469006 (дата обращения: 20.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Шифрин, М. Б. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / М. Б. Шифрин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 321 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03440-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/472425 (дата обращения: 20.06.2021).
2. Зараменских, Е. П. Управление жизненным циклом информационных систем : учебник и практикум для вузов / Е. П. Зараменских. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 497 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14023-1. — Текст :

электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/467479 (дата обращения: 20.06.2021).
3. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/449791 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;

− разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;

− систематизирует учебный материал;

− ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

− внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Коммерческий менеджмент* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью «Менеджмент»,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Предпринимательство*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Теория управления и организации» разработана рабочей группой в составе: к.с.н., доцент факультета управления Евстратова Т.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27_» __мая_ 2021 года
Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук, доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА
(подпись)

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА
(подпись)

Д.с.н., профессор факультета управления _____ О.А. УРЖА
(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 7

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 7

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 8

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 12

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 12

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 15

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 23

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 23

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 23

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 24

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 26

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 31

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 31

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 31

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 32

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 32

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 33

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 31

5.6 Образовательные технологии 35

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «*Предпринимательство*» заключается в овладении студентами системой знаний в области теории и практики предпринимательской деятельности; формирование представления о компетентности в предпринимательской деятельности с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской видов деятельности по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент.**

Задачи дисциплины (модуля):

1. Изучить условия и этапы создания и успешного функционирования предприятия;
2. Научиться пользоваться информационными, юридическими, экономическими и финансовыми данными для организации предпринимательской деятельности;
3. Овладеть основами построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности.
4. Изучить основы культуры предпринимательства.
5. Овладеть способами оценки эффективности предпринимательской деятельности.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Предпринимательство»* реализуется в *части, формируемой участниками образовательных отношений* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Предпринимательство»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Основы менеджмента», «Правовые основы экономико-управленческой деятельности», «Риск-менеджмент», «Планирование и прогнозирование бизнес-процессов для устойчивого развития».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Коммерческий менеджмент», «Управление взаимоотношениями с клиентами».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Предпринимательство»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: УК-2; ОПК-3; ПК-2; ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент».*

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Универсальная компетенция (Разработка и реализация проектов)	**УК-2**	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач; выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы, имеющиеся условия, ресурсы и ограничения УК-2.3. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	*Знать:* экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности *Уметь:* оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели *Владеть:* способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
Общепрофессиональная компетенция (Подготовка решений и оценка последствий их реализации)	**ОПК-3**	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ОПК-3.1 определяет социальные, финансово-экономические цели деятельности организации (предприятия) и формирует на их основе перечни задач, которые могут решаться инструментами экономического анализа ОПК-3.2 оценивает последствия альтернативных вариантов решения поставленных профессиональных задач; разрабатывает и обосновывает варианты их решения с учетом критериев экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий ОПК - 3.3 прогнозирует ответное поведение других заинтересованных сторон/участников стратегического взаимодействия (конкурентов, партнеров, подчиненных и др.) на	*Знать:* теоретические вопросы подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур *Уметь:* применять современные методы и методики подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур *Владеть:* навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур

			принимаемые организационно-управленческие решения ОПК – 3.4 принимает социально-финансово-обоснованные организационно-управленческие решения в своей профессиональной деятельности	
профессиональная компетенция	**ПК-2**	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	*Знать:* теоретические аспекты согласования выполнения бизнес-плана всеми участниками *Уметь:* координировать предпринимательскую деятельность в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками *Владеть:* навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками
профессиональная компетенция	**ПК-4**	Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	ПК-4.1. Определяет конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации, проводит тестирование инновационных товаров (услуг, брендов) ПК-4.2 Создает нематериальные активы (бренды) и внедряет их на рынок, проводит оценку стоимости брендов организации ПК-4.3 Улучшает бизнес-процессы организации в части управления брендами, использует инструменты проектного управления успешными брендами.	*Знать:* теоретические аспекты бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов) *Уметь:* разрабатывать бизнес-план создания и развития новых организаций (направлений деятельности) *Владеть:* навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 7 семестре, составляет _6_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		7			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**108**	108			
Учебные занятия лекционного типа	24	24			
Практические занятия	36	36			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	**48**	**48**			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**99**	99			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		8			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	72	72			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	20	20			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**36**	**36**			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	135	135			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		8			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	72	72			
Учебные занятия лекционного типа	16	16			
Практические занятия	20	20			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**36**	**36**			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	135	135			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**216**	**216**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _7_)								
Раздел 1. История развития и сущность предпринимательства	36	16	18	4	6		8	
Раздел 2. Современные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	36	17	18	4	6		8	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 3. Актуальные проблемы управления предпринимательством	36	16	18	4	6		8	
Раздел 4. Инфраструктура предпринимательства	36	17	18	4	6		8	
Раздел 5. Бизнес-планирование в деятельности предпринимателей	36	16	18	4	6		8	
Раздел 6. Государственное регулирование предпринимательства в РФ	36	17	18	4	6		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**216**	**99**	**108**	**24**	**36**		48	
Форма промежуточной аттестации	**зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	216	99	108	24	36		48	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _8_)								
Раздел 1. История развития и сущность предпринимательства	36	22	12	3	3		6	
Раздел 2. Современные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	36	23	12	2	4		6	
Раздел 3. Актуальные проблемы управления предпринимательством	36	22	12	3	3		6	
Раздел 4. Инфраструктура предпринимательства	36	23	12	2	4		6	
Раздел 5. Бизнес-планирование в деятельности предпринимателей	36	22	12	3	3		6	
Раздел 6. Государственное регулирование предпринимательства в РФ	36	23	12	3	4		6	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**216**	**135**	**72**	**16**	**20**		36	
Форма промежуточной аттестации	**зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	216	135	72	16	20		36	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _8_)								
Раздел 1. История развития и сущность предпринимательства	36	22	12	3	3		6	
Раздел 2. Современные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	36	23	12	2	4		6	
Раздел 3. Актуальные проблемы управления предпринимательством	36	22	12	3	3		6	
Раздел 4. Инфраструктура предпринимательства	36	23	12	2	4		6	
Раздел 5. Бизнес-планирование в деятельности предпринимателей	36	22	12	3	3		6	
Раздел 6. Государственное регулирование предпринимательства в РФ	36	23	12	3	4		6	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**216**	**135**	**72**	**16**	**20**		36	
Форма промежуточной аттестации	**зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	216	135	72	16	20		36	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 7							
Раздел 1. История развития и сущность предпринимательства	16	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Современные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	17	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Актуальные проблемы управления предпринимательством	16	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Инфраструктура предпринимательства	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Бизнес-планирование в деятельности предпринимателей	16	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Государственное регулирование предпринимательства в РФ	17	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	Реферат	2	Компьютерное тестирование

Общий объем по модулю/семестру, часов,	**99**	**44**		**43**		**12**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**99**	**44**		43		12	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 8							
Раздел 1. История развития и сущность предпринимательства	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Современные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	23	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Актуальные проблемы управления предпринимательством	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Инфраструктура предпринимательства	23	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Бизнес-планирование в деятельности предпринимателей	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Государственное регулирование предпринимательства в РФ	23	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	Реферат	2	Компьютерное тестирование

Общий объем по модулю/семестру, часов,	**135**	**62**		**61**		**12**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**135**	**62**		61		12	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 8							
Раздел 1. История развития и сущность предпринимательства	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Современные организационно-правовые формы предпринимательской деятельности	23	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Актуальные проблемы управления предпринимательством	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Инфраструктура предпринимательства	23	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Бизнес-планирование в деятельности предпринимателей	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Государственное регулирование предпринимательства в РФ	23	11	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	Реферат	2	Компьютерное тестирование

Общий объем по модулю/семестру, часов,	**135**	**62**		**61**		**12**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**135**	**62**		61		12	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И СУЩНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Цель: овладение студентами системой знаний в области теории и практики предпринимательской деятельности; формирование представления о компетентности в предпринимательской деятельности и развитие навыков применения полученных знаний в практике профессиональной деятельности и управлении

Перечень изучаемых элементов содержания

Сущность предпринимательства, функции предпринимательской деятельности, особенности предпринимательской деятельности. Содержание предпринимательской деятельности и цели предпринимательства. Понятие и сущность предпринимательской деятельности. Предпринимательская идея и ее выбор. Функции предпринимательства. Типология предпринимательства. Общая схема предпринимательских действий. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности

Тема 1. История развития предпринимательской деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность предпринимательства
2. Функции предпринимательской деятельности.
3. Особенности предпринимательской деятельности.
4. Предпринимательство как явление и как процесс.
5. Предпринимательская идея и ее выбор.

Тема 2. Сущность предпринимательства.

Вопросы для самоподготовки:

1. Г. Форд – один из величайших предпринимателей XX века.
2. Идеи Г. Форда и практика их воплощения в жизнь.
3. Применимость идей Г. Форда в наши дни.
4. Типология предпринимательства.
5. Общая схема предпринимательских действий.
6. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности
7. Социально-экономические функции предпринимателей.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Сущность предпринимательства
2. Функции предпринимательской деятельности.
3. Особенности предпринимательской деятельности.
4. Предпринимательство как явление и как процесс.
5. Предпринимательская идея и ее выбор.

6. Типология предпринимательства.
7. Общая схема предпринимательских действий.
8. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности
9. Социально-экономические функции предпринимателей.
10. Нормативно-правовая база организации и ведения предпринимательской деятельности
11. Особенности российской предпринимательской среды.
12. Классификация предпринимательства.
13. Типы и виды предпринимательства.
14. Посредническое предпринимательство.
15. Факторы внутренней среды организации.
16. Анализ факторов внутренней среды организации.
17. Эффективность управления факторами внутренней среды организации.
18. Сущность предпринимательской среды.
19. Рынок-среда существования предпринимателей.
20. Методы анализа предпринимательской среды.
21. SWOT-анализ предприятия.
22. Внутрифирменное предпринимательство: сущность, цели и качественные признаки.
23. Цели внутрифирменного предпринимательства. Выбор систем производства и технологий.
24. Внутрифирменное распределение ресурсов.
25. Внутрифирменные системы управления качеством продукции, работ, услуг: товарный знак, стандартизация, сертификация, лицензирование.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 2. СОВРЕМЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель: Изучить условия и этапы создания и успешного функционирования предприятия. Изучить организационно-правовые формы предприятий. Изучить правовой инструментарий, используемый в рыночных отношениях. Изучить основные нормативно-правовые акты, регулирующие предпринимательскую деятельность. Освоить способы финансирования предпринимательства, включая федеральные программы поддержки малого и среднего бизнеса

Перечень изучаемых элементов содержания

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Правовой статус индивидуального предпринимателя. Этапы создания общества с ограниченной ответственностью. Реорганизация. Ликвидация. Правовые особенности малого предпринимательства.

Тема 1. Классификация предпринимательской деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды организационно правовых форм и их особенности.
2. Коммерческие предприятия. Коммерческие организации: хозяйственные товарищества.
3. Хозяйственные общества (ПАО, ООО, ОДО, ОАО).
4. Производственные кооперативы.
5. Государственные и муниципальные предприятия.
6. Малые предприятия.
7. Потребительские кооперативы.

8. Общественные и религиозные организации.
9. Нормативно-правовая база, этапы государственной регистрации субъектов малого предпринимательства.
10. Особенности функционирования некоммерческих предприятий.
11. Организационные формы некоммерческих предприятий.

Тема 2. Виды предпринимательства

Вопросы для самоподготовки:

1. Производственное предпринимательство
2. Коммерческое предпринимательство
3. Торгово-посредническое предпринимательство
4. Торгово-закупочное предпринимательство
5. Финансовое предпринимательство
6. Консалтинговое предпринимательство
7. Социальное предпринимательство

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу 2:

1. Государственная организация юридического лица, создаваемая путем реорганизации.
2. Государственная регистрация изменений, вносимых в учредительные документы юридических лиц.
3. Постановка создаваемой организации на налоговый учет.
4. Права и обязанности предпринимателей.
5. Индивидуальный предприниматель.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВОМ

Цель: овладение студентами системой знаний в области теории и практики предпринимательской деятельности; формирование представления о компетентности в предпринимательской деятельности и развитие навыков применения полученных знаний в практике профессиональной деятельности и управлении.

Перечень изучаемых элементов содержания

Функции управления. Планирование предпринимательской деятельности. Организация, мотивация, контроль, координация, принятие управленческих решений, коммуникация. виды рисков, особенности предпринимательского риска, анализ рисков, минимизация рисков.

Тема 1. Конкуренция. Современная этика бизнеса и корпоративная социальная ответственность

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и виды конкуренции (функциональная, видовая, предметная, ценовая, скрытая; совершенная и несовершенная).
2. Выбор приоритетов деятельности и организации предприятия в условиях конкуренции.
3. Правовая защита конкуренции в Российской Федерации.

Тема 2. Риски. Управление рисками

Вопросы для самоподготовки:

1. Виды рисков
2. Особенности предпринимательского риска
3. Анализ рисков
4. Минимизация рисков
5. Сущность предпринимательской (коммерческой) тайны. Сведения, составляющие предпринимательскую тайну.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

Рассчитайте относительный показатель конкурентных преимуществ и сделайте вывод о конкурентоспособности фирмы «Коралл» на основании информации, помещенной в таблице

Балльная оценка с учетом коэффициента весомости

Показатели	коэффициент весомости	Фирма «Коралл»		Конкуренты			
				Фирма «Жемчужина»		Фирма «Веселая медуза»	
		баллы	групповой показатель	баллы	групповой показатель	баллы	групповой показатель
Доля рынка	0,15	5	?	2	?	1	?
Рентабельность услуг	0,15	5	?	5	?	4	?
Цена	0,1	5	?	4	?	4	?
Качество изготовления блюд	0,15	4	?	5	?	4	?
Скорость и качество обслуживания	0,15	3	?	3	?	5	?
Шоу-программа	0,15	4	?	4	?	4	?
Имидж фирмы	0,15	3	?	3	?	5	?
	?	?	?	?	?	?	?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ИНФРАСТРУКТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.

Цель: изучить важнейшие субъекты инфраструктуры предпринимательства в России и их основные функции; модели поведения экономических агентов рынка; способы стимулирования развития инфраструктуры

Перечень изучаемых элементов содержания

Сущность инфраструктуры предпринимательства, основные компоненты, организационные формы, виды, направления специализации, объектов и субъектов.

Тема 1. Предпринимательская среда

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое предпринимательская среда? Уровни предпринимательской среды.
2. Внешняя предпринимательская среда.
3. Внутренняя предпринимательская среда
4. Оценка макроэкономических факторов предпринимательской среды

Тема 2. Инновационное предпринимательство

Вопросы для самоподготовки:

1. В чем различия понятий инфраструктура инновационной системы и инфраструктура инновационного предпринимательства?
2. Каковы основные виды и формы инфраструктуры инновационного предпринимательства?
3. Приведите примеры субъектов и объектов инновационной инфраструктуры и сформулируйте основные направления их деятельности. Каковы взаимосвязи между субъектами инфраструктуры инновационного предпринимательства?
4. Каковы инфраструктурные барьеры, наиболее существенно препятствующие росту инновационной активности российского предпринимательства?
5. Каковы пустующие звенья инфраструктуры российского инновационного предпринимательства?
6. Каковы тенденции развития инфраструктуры инновационного предпринимательства за рубежом?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

ОАО «Втормет» создано в 1991 г. путем преобразования государственного предприятия «Втормет» и насчитывает 300 акционеров. В составе предприятия 9 цехов и участков по переработке лома, расположенных в соседних городах региона на расстоянии в 50–100 км друг от друга. Все участки имеют железнодорожные и автодорожные пути. Поскольку предприятие имеет широкую сеть цехов, разбросанных в разных частях области, в наличии должно быть необходимое количество транспортных средств, чтобы обеспечить бесперебойную работу предприятия. Поэтому транспортные расходы составляют 10 % от общей суммы затрат.

Основная продукция предприятия — переработанный лом черных и цветных металлов, являющийся сырьем для металлургических предприятий. На продукцию ОАО «Втормет»

существует постоянный спрос, однако предложение ограничено. Уже в середине года ОАО было вынуждено отказывать в поставках новым клиентам, так как поставки распланированы на полгода вперед. При этом производственные мощности загружены недостаточно.

ОАО «Втормет» имеет 24 конкурента по области, которые специализируются в основном на сборе цветного лома. Это небольшие фирмы, принимающие лом у юридических лиц и населения даже в незначительных количествах. При этом конкуренты практически не изучены. Основное отличие ОАО «Втормет» по отношению к конкурирующим фирмам — стандартизированность лома, крупные партии.

Среднегодовая численность работников составляет 390 чел. Практически нет текучести кадров. Средний возраст работников предприятия — 52 года. Прием на работу новых сотрудников отсутствует, так как ОАО «Втормет» имеет избыточную численность работников. Несмотря на регулярные выплаты заработной платы, работники не вполне ею удовлетворены и подрабатывают на стороне. При этом, предприятие не может ввести дополнительное материальное стимулирование, так как завод работает не на полную мощность и план выполняется не полностью.

Задание:

1. Определите и сформулируйте основные проблемы, стоящие перед ОАО «Втормет».
2. Какие из выявленных проблем являются следствием воздействия внешних, а какие — внутренних факторов?
3. Отвечает ли организационная структура предприятия требованиям условий деятельности предприятия? Разработайте собственные предложения по ее совершенствованию.
4. Предложите другие решения имеющихся в ОАО «Втормет» проблем.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 5. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Цель: Изучить планирование в предпринимательской деятельности, бизнес-план, структуру бизнес-плана, разделы бизнес-плана. Научиться управлению основными бизнес-процессами. Научиться выстраивать стратегический план развития предприятия с учетом конъюнктуры рынка;

Перечень изучаемых элементов содержания

Планирование в предпринимательской деятельности, бизнес-план, структура бизнес-плана, разделы бизнес-плана, управление основными бизнес-процессами.

Тема 1. Способы создания собственного дела

Вопросы для самоподготовки:

1. Способы создания предприятия
2. Этапы start-up
3. Учредительные документы
4. Регистрация предприятия
5. Какие виды предпринимательской деятельности подлежат лицензированию?

Тема 2. Бизнес-план

Вопросы для самоподготовки:

1. Цель и функции бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана.

2. Типология бизнес- планов. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана.
3. Уникальность бизнеса. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов. Описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости, темпов роста.
4. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса. Примерная форма резюме.
5. План маркетинга.
6. Планирование цены. Прогнозирование величины продаж.
7. Составление плана производства
8. Организационный план.
9. Планирование потребности в персонале. Планирование трудоемкости производственной программы.
10. Финансовый план.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

Постройте производственную структуру предприятия по следующим признакам:

Предприятие специализируется в области производства технологического оборудования для порошковой металлургии и керамической промышленности. Оно выпускает четыре типа агрегатов – механические и гидравлические прессы, машины для измельчения и смешивания, ультразвуковые установки для очистки.

Удельный вес покупных инструментов и оснастки составляет около 50%.

Предприятие самостоятельно производит сжатый воздух и горячую воду. Остальные виды топливно-энергетических ресурсов предприятие покупает.

Отходы металлолома предприятие продает на сторону.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 6. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РФ.

Цель: Изучить правовой инструментарий, используемый в рыночных отношениях. Изучить основные нормативно-правовые акты, регулирующие предпринимательскую деятельность. Освоить способы финансирования предпринимательства, включая федеральные программы поддержки малого и среднего бизнеса. Механизмы финансовой поддержки предпринимателей. Формы государственного регулирования предпринимательства в России.

Перечень изучаемых элементов содержания

Право собственности, значение частная собственность, предпринимательская инициатива, реализованная в различных формах собственности. Налоговое регулирование как основное направление политики государства в сфере предпринимательства. Налоговые режимы для субъектов малого предпринимательства. Влияние налогообложения на состояние бизнеса и поведение предпринимателей. Роль налоговых поступлений от малого предпринимательства в формировании бюджетов всех уровней. Механизмы финансовой поддержки предпринимателей: спрос и предложение.

Тема 1. Современные принципы государственной политики в области предпринимательства

Вопросы для самоподготовки:

1. Ведомственная среднесрочная программа МЭРТ поддержки малых и средних предприятий: современные принципы государственной политики.
2. Налоговое регулирование как основное направление политики государства в сфере предпринимательства.
3. Налоговые режимы для субъектов малого предпринимательства.
4. Влияние налогообложения на состояние бизнеса и поведение предпринимателей.
5. Роль налоговых поступлений от малого предпринимательства в формировании бюджетов всех уровней.
6. Обеспечение малым предприятиям доступа к финансовым и кредитным ресурсам как основное направление поддержки предпринимательства.
7. Механизмы финансовой поддержки предпринимателей: спрос и предложение.

Тема 2. Аспекты учетно-финансовой системы предпринимательской деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Принципы и методы оценки предпринимательской деятельности.
2. Модель комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
3. Система показателей эффективности предпринимательской деятельности.
4. Пути повышения эффективности и контроля предпринимательской деятельности.
5. Контроллинг в предпринимательской деятельности.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем рефератов к разделу

1. Государство как незаменимый участник решения финансовых проблем предпринимательства: компетенция, инструменты, практика.
2. Административные барьеры для предпринимательства: роль государства как создателя и возможности государства по их снижению
3. Затраты на преодоление административных барьеров: проблемы и результаты измерения.
4. Участие малого бизнеса в государственных и муниципальных закупках: законодательное регулирование и механизмы привлечения.
5. Конкурентоспособность малых предприятий на рынке государственных и муниципальных закупок: миф или реальность.
6. Принципы и методы оценки предпринимательской деятельности.
7. Модель комплексного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.
8. Система показателей эффективности предпринимательской деятельности.
9. Пути повышения эффективности и контроля предпринимательской деятельности.
10. Контроллинг в предпринимательской деятельности.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности	Этап формирования знаний
		Уметь: оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Этап формирования умений
		Владеть: способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Знать: теоретические вопросы подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	Этап формирования знаний
		Уметь: применять современные методы и методики подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	Этап формирования умений
		Владеть: навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций,	Знать: теоретические аспекты согласования выполнения бизнес-плана всеми участниками	Этап формирования знаний
		Уметь: координировать предпринимательскую деятельность в целях обеспечения согласованности	Этап формирования умений

	анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	выполнения бизнес-плана всеми участниками	
		Владеть: навыками координации предпринимательской деятельности в целях обеспечения согласованности выполнения бизнес-плана всеми участниками	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	Знать: теоретические аспекты бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать бизнес-план создания и развития новых организаций (направлений деятельности)	Этап формирования умений
		Владеть: навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	**Этапы формирования компетенций**	**Показатель оценивания компетенции**	**Критерии и шкалы оценивания**
УК-2, ОПК-3, ПК-2, ПК-4	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает

			последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
УК-2, ОПК-3, ПК-2, ПК-4	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
УК-2, ОПК-3, ПК-2, ПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Экономическая сущность предпринимательства.
2. Место предпринимательства в рыночной экономике.
3. Отличительные черты «бизнеса» и «предпринимательства».
4. Концепция предпринимательства. Функции предпринимательской деятельности.
5. Законодательная основа предпринимательства.
6. Сущность и принципы предпринимательства.
7. Внешняя среда предпринимательской деятельности
8. Внутренняя среда предпринимательской деятельности
9. Основные этапы организации предпринимательства.
10. Организация собственного дела.
11. Этапы развития предприятий.
12. Организационно-хозяйственный механизм предпринимательства.
13. Порядок создания предпринимательских структур.
14. Факторы внутренней среды организации.
15. Анализ факторов внутренней среды организации.
16. Эффективность управления факторами внутренней среды организации.
17. Сущность предпринимательской среды.
18. Рынок-среда существования предпринимателей.
19. Методы анализа предпринимательской среды.
20. SWOT-анализ предприятия.
21. Внутрифирменное предпринимательство: сущность, цели и качественные признаки.
22. Цели внутрифирменного предпринимательства. Выбор систем производства и технологий.
23. Внутрифирменное распределение ресурсов.
24. Внутрифирменные системы управления качеством продукции, работ, услуг: товарный знак, стандартизация, сертификация, лицензирование
25. Выбор организационной правовой формы предпринимательства.
26. Основные организационно-правовые формы предпринимательства – товарищества, хозяйственные общества.
27. Основные организационно-правовые формы предпринимательства – потребительские кооперативы, фонды.
28. Сложные объединения предприятий.
29. Акционерные общества как форма крупной предпринимательской деятельности.
30. Финансово-кредитное предпринимательство.
31. Торговое предпринимательство.
32. Коммерческие организации в предпринимательстве.
33. Некоммерческие организации в предпринимательстве.
34. Консалтинговое предпринимательство.
35. Виды инновационных компаний.
36. Сущность инновационного предпринимательства. Его основные виды.
37. Региональные аспекты предпринимательства.
38. Свободные экономические зоны, их назначение и преимущества.
39. Государственное регулирование предпринимательской деятельности.
40. Сущность государственного воздействия на предпринимательскую деятельность.

41. Статус малого предпринимательства. Его значение, роль, сущность.
42. Проблемы малого бизнеса. Государственная поддержка.
43. Понятие и виды конкуренции.
44. Содержание и виды конкуренции. Факторы конкурентной борьбы.
45. Антимонопольное регулирование деятельности предпринимателей и противодействие недобросовестной конкуренции.
46. Антимонопольная политика государства.
47. Личностные качества предпринимателя. Необходимые и отрицательные качества.
48. Культура предпринимательства.
49. Отношения с партнерами и клиентами в предпринимательстве с хозяйствующими субъектами.
50. Сущность и значение предпринимательской тайны.
51. Планирование предпринимательской деятельности.
52. Сущность бизнес-планирования.
53. Основные разделы бизнес-плана.
54. Цель и функции бизнес-плана в системе управления фирмой. Задачи и преимущества использования бизнес-плана.
55. Типология бизнес- планов. Основные области применения бизнес-плана. Принципы разработки бизнес-плана.
56. Уникальность бизнеса. Планируемая стратегия фирмы: вход на рынок или его развитие через анализ факторов, условий, слабых мест в действиях конкурентов. Описание отрасли экономической деятельности и рынка сбыта, его структуры, емкости, темпов роста.
57. Особенности структуры резюме бизнес-плана нового и действующего бизнеса. Примерная форма резюме.
58. Этические нормы и ответственность предпринимателя.
59. Понятие «предпринимательский риск». Функции, типы и виды предпринимательских рисков.
60. Оценка риска и страхование в предпринимательстве.
61. Виды рисков: коммерческие риски.
62. Виды рисков: финансовые риски.
63. Методы снижения рисков. Организация работ по управлению рисками.
64. Понятие «сделка». Виды сделок в предпринимательской среде.
65. Факторинг.
66. Франчайзинг.
67. Лизинг.
68. Оценка эффективности предпринимательской деятельности.

Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):*

Задание 1.

Дайте характеристику: полного товарищества; товарищества на вере.

Перечислите формы учредительных документов в табличной форме:

Вид юридического лица	Учредители	Форма учредительных документов

Органы управления	Условия реорганизации или ликвидации

Задание 2.

Опишите достоинства и недостатки перечисленных в задании 1 форм организации бизнеса в табличной форме:

Формы организации бизнеса	Достоинства	Недостатки

Задание 3.
Составить ведомость распределения общехозяйственных расходов. База для распределения – прямые затраты. Форма ведомости представлена в таблице.

Показатель	**Виды продукции**		
	1	**2**	**Итого**
Прямые затраты, руб.			
Общехозяйственные расходы, руб.			
Процент общехозяйственных расходов			
Общехозяйственные расходы по видам продукции, руб.			

Величина прямых затрат (р.) по выпуску продукции:
1-го вида – 46779,70 р.
2-го вида – 33890,30 р.
Величина общехозяйственных расходов (р.) – 16134,00 р.

Задание 4.
Дайте характеристику: общества с ограниченной ответственностью; открытого акционерного общества.
Перечислите формы учредительных документов в табличной форме:

Вид юридического лица	Учредители	Форма учредительных документов

Органы управления	Условия реорганизации или ликвидации

Задание 5.
Опишите достоинства и недостатки перечисленных в задании 1 форм организации бизнеса в табличной форме:

Формы организации бизнеса	Достоинства	Недостатки

Задание 6.
Заполнить графы в разделах «Изменения» и «Удельный вес» в нижеприведенной таблице.

Запасы и затраты	**Абсолютная величина**		**Удельный вес**		**Изменения**			
	На начало года	На конец года	На начало года	На конец года	В абсолютных величинах	В удельных весах	В % к величинам на начало года	В % к изменению общей величины запасов и затрат

1. Производственные запасы	4670	12340						
2. Незавершенное производство	3500	7800						
3. Расходы будущих периодов	2780	3670						
4. Готовая продукция, товары	1122	14777						
5. Прочие запасы и затраты	1200	5400						
Общая величина запасов и затрат	13272	43987						

Задание 7.
Дайте характеристику: закрытого акционерного общества; производственного кооператива.
Перечислите формы учредительных документов в табличной форме:

Вид юридического лица	Учредители	Форма учредительных документов

Органы управления	Условия реорганизации или ликвидации

Задание 8.
Опишите достоинства и недостатки перечисленных в задании 1 форм организации бизнеса в табличной форме:

Формы организации бизнеса	Достоинства	Недостатки

Задание 9.
Составить ведомость распределения общехозяйственных расходов. База для распределения – прямые затраты. Форма ведомости представлена в таблице.

Показатель	**Виды продукции**		
	1	**2**	**Итого**
Прямые затраты, руб.			
Общехозяйственные расходы, руб.			
Процент общехозяйственных расходов			
Общехозяйственные расходы по видам продукции, руб.			

Величина прямых затрат (р.) по выпуску продукции:
1-го вида – 46778,00 р.
2-го вида – 33886,30 р.
Величина общехозяйственных расходов (р.) – 16132,00 р.

Задание 10.
Дайте характеристику: закрытого акционерного общества; открытого акционерного общества.
Перечислите формы учредительных документов в табличной форме:

Вид юридического лица	Учредители	Форма учредительных документов

Органы управления	Условия реорганизации или ликвидации

Задание 11.
Опишите достоинства и недостатки перечисленных в задании 1 форм организации бизнеса в табличной форме:

Формы организации бизнеса	Достоинства	Недостатки

Задание 12.
Каково влияние факторов первого порядка на величину прямых материальных затрат, если известно:
Прямые материальные данные:
по плану 23456 р.
выполнение плана по продукции 100,4 %
по плановым нормам на фактически выпущенную продукцию 23828 р.
фактически 23621 р.

Задание 13.
Дайте характеристику: полного товарищества; общества с ограниченной ответственностью.
Перечислите формы учредительных документов в табличной форме:

Вид юридического лица	Учредители	Форма учредительных документов

Органы управления	Условия реорганизации или ликвидации

Задание 14.
Опишите достоинства и недостатки перечисленных в задании 1 форм организации бизнеса в табличной форме:

Формы организации бизнеса	Достоинства	Недостатки

Задание 15.
Составить ведомость распределения общехозяйственных расходов. База для распределения – прямые затраты. Форма ведомости представлена в таблице.

Показатель	**Виды продукции**		
	1	**2**	**Итого**
Прямые затраты, руб.			
Общехозяйственные расходы, руб.			
Процент общехозяйственных расходов			
Общехозяйственные расходы по видам продукции, руб.			

Величина прямых затрат (р.) по выпуску продукции:
1-го вида – 46780,70 р.
2-го вида – 33895,30 р.

Величина общехозяйственных расходов (р.) – 16136,00 р.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Иванова, Р. М. История российского предпринимательства : учебное пособие для вузов / Р. М. Иванова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 303 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08515-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455822 (дата обращения: 10.05.2021).

2. Турчаева, И. Н. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски : учебник и практикум для вузов / И. Н. Турчаева, Я. Ю. Таенчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 213 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13101-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476950 (дата обращения: 10.05.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Чеберко, Е. Ф. История предпринимательства : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 123 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08374-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/470491 (дата обращения: 10.05.2021).

2. Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14024-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468235 (дата обращения: 10.05.2021).

3. Боброва, О. С. Основы бизнеса : учебник и практикум для вузов / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 330 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-03928-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450548 (дата обращения: 10.05.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Предпринимательство*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

− внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;

3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Предпринимательство»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения

(персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Предпринимательство»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Предпринимательство»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Предпринимательство»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Предпринимательство»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Предпринимательство»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью «Менеджмент»,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Управление взаимоотношениями с клиентами
Направление подготовки
38.03.02 - Менеджмент

Направленность программы:
Управление маркетингом

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Уровень профессионального образования
Высшее образование – бакалавриат

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление взаимоотношениями с клиентами» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)**, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе:
кандидат социологических наук, доцент Сулягина Ю.О.

Руководитель основной
профессиональной
образовательной программы
к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол №10 от 13 мая 2021 г
Декан факультета
Кандидат медицинских наук _____ А.Н.Островский

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:
Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА
(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:
Д.э.н., профессор Финансового
университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА
(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА
(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ:

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля). 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6
2. 1. Объем учебной дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося 6
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 10
Очной формы обучения 10
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11
Темы для докладов 15
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 15
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 15
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 15
4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 16
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 18
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 20
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 21
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 21
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 21
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 22
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 23
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 21
Лист регистрации изменений ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).

Дисциплина «Управление взаимоотношениями с клиентами» позволит бакалаврам понять, как работают современные предприятия, строящие бизнес вокруг своих клиентов, в соответствии с их требованиями и ожиданиями. Покажет как можно "индустриализировать" процессы взаимодействия с клиентами, сделать их управляемыми и предсказуемыми.

Целями освоения данной дисциплины являются изучение теоретических и практических аспектов управления взаимоотношениями с клиентами и на этой основе формирование навыков у студентов по разработке конкретных рекомендаций, направленных на повышение эффективности управления проектами с позиций:

- системного подхода к управлению;
- всестороннего анализа внутренней ситуации и окружения системы.

Задачи дисциплины (модуля):

К основным задачам изучения дисциплины «Управление взаимоотношениями с клиентами» относятся:

- изучение студентами сущности управления взаимоотношениями с клиентами;
- освоение методов и форм организации управления взаимоотношениями с клиентами;
- исследование методик управления взаимоотношениями с клиентами;
- формирование теоретических и практических навыков по использованию основных приемов управления взаимоотношениями с клиентами;
- приобретение способностей по выявлению основных направлений повышения эффективности управления проектами за счет управления взаимоотношениями с клиентами.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата

Дисциплина «Управление взаимоотношениями с клиентами» предназначена для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (бакалавр). Данная дисциплина относится к базовой (общепрофессиональной) части Профессионального цикла дисциплин. Для ее изучения студенты должны обладать теоретическими знаниями и практическими умениями в области основ менеджмента.

Изучение данной дисциплины (модуля) «базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): «Управление персоналом», «Социально-психологические основы управления», «Теория управления и организации».

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): «Инновационный менеджмент», «Организационный менеджмент», «Управление продажами».

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных **и профессиональных** компетенций: УК-4; ПК-2, ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 38.03.02 - Менеджмент (бакалавр)**.**

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Универсальная компетенция (Коммуникация)	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) УК-4.2. Ведет деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); УК-4.3. Владеет способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; представляет результаты своей деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Знать: основы организации и прохождения государственной службы, общие и специализированные программы обеспечения работы органов государственной и муниципальной власти Уметь: применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач Владеть: навыками использования библиотечных систем и программного обеспечения в рамках осуществления профессиональной деятельности
Профессиональная компетенция	ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса	Знать: технологии выявления и анализа рыночных рисков и поведения потребителей Уметь: оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос Владеть: методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.

			потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	
Профессиональная компетенция	ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	Знать: основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований Владеть: методами и средствами формирования и совершенствования товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2. 1. Объем учебной дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины составляет – 5 зачетных единиц.
Очная форма обучения:

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		8			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**50**	50			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	40	40			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	**40**	40			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**81**	81			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**180**			

Очно-заочной формы обучения
(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		8			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**30**	30			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	20	20			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	**30**	30			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**111**	111			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**180**			

Добавлено примечание ([S2]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**							
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**					
			Всего	**Лекционные занятия**	**Семинарские/ практические занятия**	**Лабораторные занятия**	**Иная контактная работа**	
							Всего	**Практическая подготовка**
Модуль 1 (Семестр _2_)								
Раздел 1.1 Сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами	36	16	18	2	8		8	
Раздел 1.2 Управление лояльностью клиентов	36	16	18	2	8		8	
Раздел 1.3 Эффективное управление персоналом для наилучшего обслуживания	36	16	18	2	8		8	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
клиентов								
Раздел 1.4 Эффективность управления взаимоотношения с клиентами	36	16	18	2	8		8	
Раздел 1.5 Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика	36	17	18	2	8		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**180**	**81**	**90**	**10**	**40**		40	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	180	81	90	10	40		40	

Очно-заочной формы обучения
(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _2_)								
Раздел 1.1 Сущность, виды, функции управления	36	22	12	2	4		6	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
взаимоотношениями с клиентами								
Раздел 1.2 Управление лояльностью клиентов	36	22	12	2	4		6	
Раздел 1.3 Эффективное управление персоналом для наилучшего обслуживания клиентов	36	22	12	2	4		6	
Раздел 1.4 Эффективность управления взаимоотношения с клиентами	36	22	12	2	4		6	
Раздел 1.5 Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика	36	23	12	2	4		6	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**180**	**111**	**60**	**10**	**20**		30	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	180	111	60	10	20		30	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 2							
Раздел 1.1 Сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами	16	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 1.2 Управление лояльностью клиентов	16	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 1.3 Эффективное управление персоналом для наилучшего обслуживания клиентов	16	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 1.4 Эффективность управления взаимоотношения с клиентами	16	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 1.5 Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика	17	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**81**	**35**		36		10	

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 2							
Раздел 1.1 Сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 1.2 Управление лояльностью клиентов	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 1.3 Эффективное управление персоналом для наилучшего обслуживания клиентов	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 1.4 Эффективность управления взаимоотношения с клиентами	22	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 1.5 Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика	23	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	11	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**111**	**50**		51		10	

3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Раздел 1.
Сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами

Цель занятия: рассмотреть сущность, виды, функции управления взаимоотношениями с клиентами.

Форма проведения – семинар-дискуссия

Вопросы для самоподготовки:

1. разработка стратегии взаимоотношений с потенциальными клиентами на основе партнерства и предоставления услуги, отвечающей потребностям клиента
2. выработка стандартов сервиса применительно к вашей компании
3. разработка стратегии продаж
4. знакомство с инструментарием оценки удовлетворенности клиента

Темы для докладов

1. Почему служащие называются внутренними потребителями (клиентами)?
2. Что такое культура обслуживания? Почему это составляет требование программы внутреннего маркетинга?
3. Назовите и охарактеризуйте типы поведения служащих в организации?
4. Обсудите возможные пути использования технологии маркетинга при решении вопросов управления персоналом.

Раздел 2.Управление лояльностью клиентов

Цель занятия: изучить особенности управления лояльностью клиентов.

Задание 1

Построение программы повышения лояльности клиентов

Вы являетесь менеджером одного из предприятий. На данный момент предприятие находится в стадии зрелости жизненного цикла, и достигло точки насыщения. Одним из вариантов продления нахождения на стадии зрелости и увеличения товарооборота предприятия является повышение лояльности клиентов. В связи с этим, Вам необходимо подготовить подробный письменный доклад на предмет внедрения программы повышения лояльности клиентов предприятия с методическими разработками и ориентировочными расчетами.

Предлагаемые сферы деятельности предприятий (выбрать одну):

1. гостиничное предприятие;
2. розничное предприятие, вовлеченное в сферу торговли продуктами питания/спорттоварами;
3. оптовое предприятие, занимающееся пиломатериалами/компьютерной техникой;
4. предприятие общепита;
5. образовательное учреждение/консалтинговая фирма по вопросам маркетинга и менеджмента;
6. собственное предприятие (при выборе включить описание деятельности).

Методические указания:

Отчет должен состоять из следующих блоков (объем – 15 - 20 страниц):

1. Важность повышения потребительской лояльности применительно к предприятию выбранной сферы деятельности.
2. План оценки потребительской лояльности с указанием метода и подробным его описанием (и соответствующей подготовкой методических материалов: анкет, таблиц и т.д.)
3. Подробный план программы повышения лояльности клиентов.
4. Расчет затрат на внедрение программы повышения лояльности.

Критерии оценки:

1. Полнота раскрытия вопросов
2. Реалистичность проекта и расчетов

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие способы позволят повысить лояльность клиентов?
2. Что может сделать менеджер по управлению проектами, чтобы устранить все или некоторые причины, вызывающие отток клиентов?

Раздел 3.

Эффективное управление персоналом для наилучшего обслуживания клиентов

Цель занятия: рассмотреть особенности управления персоналом в целях наилучшего обслуживания клиентов.

Форма проведения – семинар-дискуссия

Вопросы для самоподготовки:

1. Почему важно управлять взаимоотношениями «служащий – клиент»?
2. Назовите подходы к обучению торгового персонала эффективным продажам?
3. Назовите шаги по разработке программы построения отношений «клиент – служащий»?
4. Какова причина высокой рентабельности инвестиций в реагирование на жалобы?
5. Почему на практике с жалобами обращаются лишь немногие покупатели?
6. Что показывает пирамида «Проблема-жалоба»?
7. Каков наилучший способ реагирования на жалобу?
8. Охарактеризуйте этапы построения эффективной системы реагирования на жалобы?

Раздел 4.

Эффективность управления взаимоотношения с клиентами

Цель занятия: рассмотреть особенности расчета эффективности управления взаимоотношения с клиентами

Практическое занятие:

Рассчитайте эффект внедрение CRM.

Темы для докладов

1. Почему служащие называются внутренними потребителями (клиентами)?
2. Что такое культура обслуживания? Почему это составляет требование программы внутреннего маркетинга?
3. Назовите и охарактеризуйте типы поведения служащих в организации?
4. Обсудите возможные пути использования технологии маркетинга при решении вопросов управления персоналом.
5. Каковы преимущества разъяснения рекламных компаний служащим, прежде чем они появятся в средствах массовой информации?
6. Методы решения необычных ситуаций способны отличить высококлассные организации от ряда посредственных компаний. Верно ли это утверждение.
7. Почему для эффективного внедрения маркетинга отношений на предприятии важно принять его философию? Какие изменения на предприятии она предполагает?

Раздел 5.

Маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика

Цель занятия: изучить маркетинг отношений: сущность, подходы, специфика.

Форма проведения – семинар-дискуссия

Вопросы для самоподготовки:

1. Что Вы понимаете под термином «маркетинг отношений»?
2. Насколько, по-Вашему, сильна связь маркетинга отношений с CRM (Customer relationship management)?
3. Действительно ли маркетинг отношений - инновационная маркетинговая технология? Или это просто модернизация трансакционного маркетинга?
3. Почему в РФ маркетинг отношений стал внедряться в практику бизнеса со значительным опозданием по сравнению с экономически развитыми странами? Можете ли Вы привести позитивные примеры применения маркетинга отношений в деятельности российских компаний?

Темы для докладов

1. Назовите и охарактеризуйте этапы внедрения концепции маркетинга отношений?
2. Дайте определение стратегической ориентации в концепции маркетинга отношений?
3. Какие изменения в структуре и бизнес-процессах должны быть внедрены на предприятии в соответствии с концепцией маркетинга отношений?
4. Какие программные инструменты лежат в основе системы маркетинга отношений?
5. Назовите преимущества Интернета для построения долгосрочных взаимовыгодных отношений с ключевыми партнерами?
6. Какие направления включает маркетинг отношений как сетевая система?
7. Дайте понятие рынка в сетевой экономике?
8. Назовите и охарактеризуйте факторы экономики деловой сети?

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольными мероприятиями промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является зачет**,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	**Содержание компетенции (части компетенции)**	**Результаты обучения**	**Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	Знать: основы организации и прохождения государственной службы, общие и специализированные программы обеспечения работы органов государственной и муниципальной власти	Этап формирования знаний

	и иностранном(ых) языке(ах)	Уметь: применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения профессиональных задач	Этап формирования умений
		Владеть: навыками использования библиотечных систем и программного обеспечения в рамках осуществления профессиональной деятельности	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Знать: технологии выявления и анализа рыночных рисков и поведения потребителей	Этап формирования знаний
		Уметь: оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Этап формирования умений
		Владеть: методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	Знать: основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований	Этап формирования умений
		Владеть: методами и средствами формирования и совершенствования товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	***Этапы формирования компетенций***	**Показатель оценивания компетенции**	Критерии шкалы оценивания
УК-4, ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал,

		материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает

			существенные ошибки -0-4 балла.
УК-4, ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений.	Реферат и контрольная работа Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1. Оформление в соответствии с требованиями (1 балл); 2. Выбор источников информации (1 балл); 3. Умение ими пользоваться (1 балл); 4. Анализ и выводы, отражающие суть изучаемого явления с указанием конкретных результатов (2 балла) Максимальная оценка - 5 баллов

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Алгоритм построения системы реагирования на жалобы.
2. Анализ взаимоотношений с поставщиками: основные экономические парамет-ры взаимодействия.
3. Анализ прибыльности покупателей.
4. Анализ процесса развития взаимоотношений и ключевых факторов взаимодей-ствия.
5. Анализ структуры взаимоотношений и вовлеченных сторон.
6. Взаимозависимость и адаптация ресурсов в сети
7. Доверие и приверженность взаимоотношениям.
8. Издержки привлечения и удержания потребителя. Создание ценности для по-требителя.
9. Измерители взаимоотношений с потребителями.
10. Инструментарий маркетинга взаимоотношений
11. Маркетинг взаимоотношений: узкие и широкие трактовки
12. Маркетинг партнерских взаимоотношений: основные отличительные особенности от классического маркетинга
13. Маркетинг XXI века – детерминанты управленческой модели будущего
14. Новые виды деятельности и квалификации маркетинга партнерских отношений
15. Организация маркетинга взаимоотношений
16. Основные направления анализа взаимоотношений с потребителем на промыш-ленных рынках.
17. Основные типы взаимоотношений и способы их координации
18. особенности проведения маркетинга отношений в сетевой экономике.
19. особенности управления отношениями «служащий – клиент».
20. понятие и принципы маркетинга отношений.
21. Портфельный анализ взаимоотношений с потребителями. Издержки взаимоот-ношений с потребителем и их оценка.
22. Построение взаимоотношений в сетях дистрибуции: содержание программ партнерства
23. Построение организации, ориентированной на управление проектами и коорди-нацию отношений
24. Потребительская ценность жизненного цикла (lifetime value).
25. Практическая реализация стратегий развития сети
26. Примеры критериев для оценки взаимоотношений с поставщиками
27. Причины возникновения маркетинга взаимоотношений
28. проведение оценки и организация программы повышения лояльности клиентов.
29. Роль маркетинга взаимоотношений в формировании устойчивого конкурентного преимущества
30. Сетевой подход в маркетинге: как основа формирования маркетинга взаимоотношений
31. Создание предприятия, ориентированного на потребителя: последовательность шагов и мероприятий
32. специфику маркетинга отношений в сферах гостиничного и ресторанного бизнеса, а также банковских услуг;
33. Сравнительный анализ классического маркетингового и сетевого подходов в управлении
34. Стратегии взаимодействия с поставщиками
35. сущность внутреннего маркетинга, основные этапы его внедрения.
36. Формы анализа сложившихся сетей взаимодействия.
37. Эволюция маркетинговой концепции: основные этапы и направления развития
38. Этапы процесса внедрения маркетинга отношений.
39. Этапы эффективного проведения переговоров.

Аналитическое задание

Темы докладов, указанные в плане семинарских занятий:

1. Почему служащие называются внутренними потребителями (клиентами)?
2. Что такое культура обслуживания? Почему это составляет требование программы внутреннего маркетинга?
3. Назовите и охарактеризуйте типы поведения служащих в организации?
4. Обсудите возможные пути использования технологии маркетинга при решении вопросов управления персоналом.
5. Каковы преимущества разъяснения рекламных компаний служащим, прежде чем они появятся в средствах массовой информации?
6. Методы решения необычных ситуаций способны отличить высококлассные организации от ряда посредственных компаний. Верно ли это утверждение.
7. Почему для эффективного внедрения маркетинга отношений на предприятии важно принять его философию? Какие изменения на предприятии она предполагает?
8. Назовите и охарактеризуйте этапы внедрения концепции маркетинга отношений?
9. Дайте определение стратегической ориентации в концепции маркетинга отношений?
10. Какие изменения в структуре и бизнес-процессах должны быть внедрены на предприятии в соответствии с концепцией маркетинга отношений?
11. Какие программные инструменты лежат в основе системы маркетинга отношений?
12. Назовите преимущества Интернета для построения долгосрочных взаимовыгодных отношений с ключевыми партнерами?
13. Какие направления включает маркетинг отношений как сетевая система?
14. Дайте понятие рынка в сетевой экономике?
15. Назовите и охарактеризуйте факторы экономики деловой сети?

Требования к выполнению доклада

Доклад – вид самостоятельной работы, используется в учебных и внеклассных занятиях, способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает практически мыслить. При подготовке доклада по заданной теме следует составить план и основные источники. Работая с источниками следует систематизировать полученные сведения, сделать выводы и обобщения. Доклад по объёмной теме могут выполнять два-три студента, между которыми распределяются вопросы выступления.

Критерии оценки доклада

Соответствие теме, глубина проработки материала, наличие нескольких научных актуальных источников, использование новейших работ по теме, наличие систематизации, выводов и обобщений. Доклад, соответствующий данным критериям, максимально может быть оценен в 10 баллов. Минимальная оценка доклада составляет 5 баллов.

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

Промежуточная аттестации по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным

образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение : учебник и практикум для вузов / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06495-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/474135 (дата обращения: 07.09.2021).

5.2. Дополнительная литература

1. Бороздина, Г. В. Психология и этика делового общения : учебник и практикум для вузов / Г. В. Бороздина, Н. А. Кормнова ; под общей редакцией Г. В. Бороздиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 463 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01527-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468392 (дата обращения: 07.09.2021).

2. Митрошенков, О. А. Деловое общение: эффективные переговоры : практическое пособие / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-10704-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/474722 (дата обращения: 07.09.2021).

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Всероссийский научно-исследовательский институт документоведения и архивного дела – http://www.vniidad.ru/
2. Российская ассоциация маркетинга - http://www.ram.ru
3. Гильдия маркетологов - http://www.marketologi.ru
4. Энциклопедия маркетинга - http://www.marketing.spb.ru
5. Маркетолог - http://www.marketolog.ru
6. Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе - http://www.aup.ru
7. Библиотека маркетолога // электронный каталог http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
8. Официальный сайт Института социологии Российской академии наук
9. www.isras.ru

10. Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН www.isprras.ru
11. Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения www.wciom.ru
12. Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр» www.levada.ru
13. Институт научной информации по общественным наукам http://www.inion.ru/
14. Российская государственная библиотека// электронный каталог http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
15. Национальная электронная библиотека http://www.rusneb.ru
16. Федеральная служба государственной статистики РФ http://www.gks.ru
17. Библиотека маркетолога // электронный каталог http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся учебной дисциплины «Управление взаимоотношениями с клиентами» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает несколько моментов:

– консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

Обработка, обобщение полученных результатов проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к промежуточной аттестации. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

*Подготовка к **промежуточной аттестации.***

К промежуточной аттестации необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты.

При подготовке к зачетам (без оценки и с оценкой) обратите внимание на защиту лабораторных работ/практических заданий на основе теоретического материала.

При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;

3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки (бакалавр):

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе активных форм проведения учебных занятий в виде разбора конкретных ситуаций (деловых игр, компьютерных симуляций, ролевых игр) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, видеофильм, презентация, форум и др.).

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Введение в специальность*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Введение в специальность» разработана рабочей группой в составе: к.с.н., доцент факультета управления Евстратова Т.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» _мая_ 2021 года
Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук, доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА
(подпись)

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА
(подпись)

Д.с.н., профессор факультета управления _____ О.А. УРЖА
(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 9

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 13

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 13

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 14

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 16

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 17

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 17

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 17

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 18

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 18

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 20

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 17

5.6 Образовательные технологии 21

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «Введение в специальность» заключается в получении знаний и навыков, необходимых для обеспечения работы менеджера, а именно: получение знаний о сегментации рынка, об организации маркетинговой службы; получение знаний о формировании товарной, ценовой и рекламной политики компании с целью обеспечения конкурентоспособности; получение знаний о формировании спроса и стимулировании сбыта; маркетинговых исследованиях с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков в сфере менеджмента; теоретических основ маркетинговой деятельности на современном рынке труда, соотнесенных с общими целями ОПОП, с последующим применением навыков на практике в сфере маркетинга, а также овладение методами принятия управленческих решений в научно-исследовательской и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. освоение понятийного аппарата в области маркетинга;
2. формирование у студентов общего представления о маркетинге как системе управления предприятием (организацией) в условиях рыночной экономической среды;
3. изучение комплекса маркетинга;
4. овладение навыками организации маркетинговых исследований в условиях российской экономической среды;
5. формирование интеллектуального потенциала студентов, необходимого для последующей профессиональной деятельности.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Введение в специальность»* реализуется в *части, формируемой участниками образовательных отношений,* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Введение в специальность»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Информатика и основы информационно-коммуникационных технологий», «Экономика», «Социология».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Социально-психологические основы управления», «Теория управления и организации», «Социальные и коммуникационные технологии в управлении».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Введение в специальность»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-1; ОПК-1; ПК-1; ПК-2 в соответствии с основной

профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент»*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Универсальная компетенция (Системное и критическое мышление)	**УК-1**	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет поиск, интерпретацию и анализ информации, требуемой для решения поставленной задачи УК-1.2. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки УК-1.3. Способен применять системный подход для решения поставленных задач, определяет и оценивает последствия возможных решений задачи	*Знать:* сущность и специфику маркетинга *Уметь:* анализировать и применять на практике достижения научных школ в области управления *Владеть:* навыками разработки организационно-управленческих решений, опираясь на достижения научных школ в области управления
Общепрофессиональная компетенция (Знания в профессиональной сфере)	**ОПК-1**	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;	ОПК-1.1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук ОПК -1.2 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий. ОПК - 1.3 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	*Знать:* сущность и специфику организационно-управленческих решений *Уметь:* самостоятельно принимать решения по вопросам совершенствования профессиональной деятельности и организации управления. *Владеть:* инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.
профессиональная компетенция	**ПК-1**	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки	ПК-1.1 Знает принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для эффективного управления капиталом предприятия.	*Знать:* маркетинговые концепции *Уметь:* использовать на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке *Владеть:* навыками разработки и принятия инвестиционных решений

		активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	ПК-1.2 использует на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применяет современные методы управления оборотным капиталом. ПК-1.3 разрабатывает и принимает инвестиционные решения, решения по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала	
профессиональная компетенция	**ПК-2**	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	*Знать:* особенности организации маркетинга, воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ *Уметь:* выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявлять потребности покупателей товаров (услуг). *Владеть:* методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 1 семестре, составляет _2_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет с оценкой*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**36**	36			

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	12	12			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	**16**	**16**			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**27**	27			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Очно-заочная форма обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	24	24			
Учебные занятия лекционного типа	4	4			
Практические занятия	8	8			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**12**	**12**			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	39	39			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _1_)								
Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений.	36	13	18	4	6		8	
Раздел 2. Комплекс маркетинга. Особенности его применения на практике. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	36	14	18	4	6		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**8**	**12**		16	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	72	27	36	8	12		16	

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _1_)								
Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений.	36	19	12	2	4		6	
Раздел 2. Комплекс маркетинга. Особенности его применения на практике. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	36	20	12	2	4		6	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**72**	**39**	**24**	**4**	**8**		12	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	72	39	24	4	8		12	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся

		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 1							
Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений.	13	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Комплекс маркетинга. Особенности его применения на практике. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**27**	**11**		**12**		**4**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**27**	**11**		12		4	

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 1							
Раздел 1. Общая характеристика маркетинга. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений.	19	9	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Раздел 2. Комплекс маркетинга. Особенности его применения на практике. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	20	9	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**39**	**18**		**17**		**4**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**39**	**18**		17		4	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МАРКЕТИНГА. МАРКЕТИНГ КАК ИНТЕГРИРУЮЩАЯ ФУНКЦИЯ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ.

Цель: ознакомиться с социально-экономической сущностью маркетинга, категориями управления в маркетинге, принятием маркетинговых решений

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие и социально-экономическая сущность маркетинга. Эволюция содержания и форм маркетинга. Маркетинг как система хозяйствования. Основные принципы и методы маркетинга. Основные требования к социально-этическому маркетингу. Цели маркетинга. Роль маркетинга в экономическом развитии страны.

Тема 1. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные направления системных направлений маркетинговой деятельности.
2. Отличие стратегических решений от маркетинговых программ.
3. Морфологический анализ.

Тема 2. Роль современного стратегического маркетинга в развитии бизнеса

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные подходы к определению маркетинга на современном этапе
2. Маркетинговая деятельность компании на международном рынке
3. Современное состояние стратегического маркетинга

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

Представьте, что Вы хотите наладить производство бутилированной воды, но не обладаете необходимыми для этого денежными средствами и находитесь в поиске инвестора. Вы знаете, насколько привлекателен Ваш проект, но для его запуска Вам нужно доказать это постороннему

скептически настроенному человеку. Составьте краткую презентацию проекта для инвестора, содержащую не более 4 слайдов и характеризующую выпускаемый продукт и его преимущества перед аналогами, планируемую программу маркетинга, план производства и финансовый план, включающий оценку эффективности инвестиционного проекта.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 2. КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА. ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ НА ПРАКТИКЕ. МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель: Создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития умения участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия

Перечень изучаемых элементов содержания

Предметы и средства труда, средства производства, рынок продукции производственно-технического назначения, специфические особенности маркетинга продукции производственно-технического назначения, принципы маркетинга продукции производственно-технического назначения. Маркетинг в агропромышленном комплексе. Маркетинг в сфере услуг.

Тема 1. Комплекс маркетинга. Особенности его применения на практике

Вопросы для самоподготовки:

1. Стратегии на корпоративном уровне.
2. Конкурентные стратегии.
3. Конкурентное преимущество и условия его достижения.
4. Стратегии, следующие из взаимоотношений с лидером рынка.
5. Стратегии для последователей лидера рынка.
6. Качество как фактор конкурентоспособности продукта и предприятия.

Тема 2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Вопросы для самоподготовки:

1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения
2. Маркетинг в агропромышленном комплексе
3. Маркетинг в сфере услуг. Особенности маркетинга в сфере услуг

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

На основе изученного теоретического материала, рассмотреть следующие элементы на примере 3-ех любых систем управления (за систему управления можно взять любые действующие организации различные по специфике деятельности):

Организация	Цели	Ресурсы				
		Материалы	Технологии	Люди	Информация	Финансы

Благотворительная организация						
отель						
Производство авто (BMW, TOYOTA)						

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет с оценкой,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: сущность и специфику маркетинга	Этап формирования знаний
		Уметь: анализировать и применять на практике достижения научных школ в области управления	Этап формирования умений
		Владеть: навыками разработки организационно-управленческих решений, опираясь на достижения научных школ в области управления	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;	Знать: сущность и специфику организационно-управленческих решений	Этап формирования знаний
		Уметь: самостоятельно принимать решения по вопросам совершенствования профессиональной деятельности и организации управления.	Этап формирования умений
		Владеть: инструментарием для постановки и решения типовых задач	Этап формирования навыков и получения опыта

		управления с применением информационных технологий.	
ПК-1	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	Знать: маркетинговые концепции	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке	Этап формирования умений
		Владеть: навыками разработки и принятия инвестиционных решений	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Знать: особенности организации маркетинга, воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ	Этап формирования знаний
		Уметь: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявлять потребности покупателей товаров (услуг).	Этап формирования умений
		Владеть: методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	**Этапы формирования компетенций**	**Показатель оценивания компетенции**	**Критерии и шкалы оценивания**
УК-1, ОПК-1, ПК-1, ПК-2	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно

			применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
УК-1, ОПК-1, ПК-1, ПК-2	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению
УК-1, ОПК-1, ПК-1, ПК-2	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность,	

		умение обобщать и излагать материал.	задания: [0-6] баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Цели маркетингового продвижения продуктов и идей.
2. Значение маркетингового продвижения в экономической деятельности организаций.
3. Прямой маркетинг.
4. Понятие, задачи и функции рекламы.
5. Сфера рекламной деятельности и ее элементы.
6. Влияние графической формы на восприятие рекламы.
7. Формы личной продажи.
8. Процедура и правила делового общения с покупателями.
9. Сетевой маркетинг.
10. Выставочная деятельность.
11. Понятие и задачи методов стимулирования сбыта.
12. Классификация методов стимулирования сбыта.
13. Денежное стимулирование потребителей.
14. Натуральное стимулирование потребителей.
15. Методы стимулирования торговых посредников.
16. Методы стимулирования работников службы сбыта.
17. Понятие, задачи и функции связей с общественностью.
18. Формы и способы связей с общественностью.
19. Связи с общественностью через средства массовой информации.
20. Связи с общественностью через сеть интернет.
21. Спонсорская деятельность и благотворительность, их роль в формировании благоприятного имиджа фирмы.
22. Формирование положительных и отрицательных стереотипов потребителей как инструмент паблик-рилейшнз.
23. Организация фирменных презентаций.
24. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.
25. Фирменный стиль.
26. Понятие и сущность брэндинга.
27. Процесс создания брэнда.

Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):*

1. Оценить имидж компании как работодателя.

Необходимо проанализировать персонал-имидж конкретной организации, в частности:
– выделить факторы, влияющие на формирование имиджа организации как работодателя,
– определить инструменты формирования персонал-имиджа, используемые организацией на внутреннем и внешнем рынке труда,
– сформулировать предложения по совершенствованию имиджа организации как работодателя.

2. Назовите, какие факторы макросреды из разряда демографических, экономических, природных, технологических, культурных, политических и правовых необходимо учитывать производителю:

• колбасных изделий;
• ювелирных изделий;
• деловой литературы;
• автомобилей.

2. В каждой группе факторов укажите 5—7 наиболее важных.

3. Проранжируйте важность факторов макросреды для каждого из перечисленных производителей. Сравните полученные результаты.

4. Объясните, почему для каждого предприятия результаты ранжирования могут быть разными.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченок [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченок. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468736 (дата обращения: 08.05.2021).

2. Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.] ; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469244 (дата обращения: 08.05.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/484237 (дата обращения: 08.05.2021).

2. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469356 (дата обращения: 08.05.2021).

3. Маркетинг. Практикум : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8852-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468750 (дата обращения: 08.05.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Введение в специальность*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий

по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Введение в специальность»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Введение в специальность»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Введение в специальность»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Введение в специальность»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Введение в специальность»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Введение в специальность»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью «Менеджмент»,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** предусмотрено освоение дисциплины (модуля) «*Введение в специальность*» с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Порядок применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины (модуля) «*Введение в специальность*» осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в Российском государственном социальном университете.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ТЕХНОЛОГИИ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ОБУЧЕНИЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Введение в специальность*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Введение в специальность» разработана рабочей группой в составе: к.с.н., доцент факультета управления Евстратова Т.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы
к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» _мая_ 2021 года
Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА
(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового
университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА
(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА
(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 6

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 8

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 8

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 9

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 11

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 11

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 11

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 13

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 14

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 15

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 15

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 15

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 16

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 17

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 15

5.6 Образовательные технологии 18

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «**Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий**» получение знаний о формах и методах электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, навыков работы с ними с последующим применением навыков на практике в сфере маркетинга, а также овладение методами логического порядка в проектной, организационно-управленческой, коммуникативной и исполнительно-распорядительной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. Развитие навыков работы в системе электронного обучения
2. Знание видов, методов дистанционных образовательных технологий
3. Усвоение основных применять дистанционные технологии в процессе образования.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) ***«Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий»*** реализуется в дисциплинах по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) ***«Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий»*** базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Информатика и основы информационно-коммуникационных технологий».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Теория управления и организации», «Социальные и коммуникационные технологии в управлении».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) ***«Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий»*** направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций: УК-6; ОПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент»*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**

Универсальная компетенция	**УК-6**	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации УК-6.3. Владеет навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной деятельности; саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях	*Знать:* основные типы и приемы аргументации; композиционные и речевые стандарты научного текста, правила работы с научной литературой, цитирования и стандартные способы оформления ссылок и библиографии *Уметь:* учитывать коммуникативную цель текста, особенности его аудитории и ситуацию общения *Владеть:* навыками вести переписку в учебно-научной сфере
Общепрофессиональная компетенция	**ОПК-5**	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	ОПК-5.1 умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения статистических процедур информации, построение эконометрических моделей) ОПК -5.2 использует электронные библиотечные системы для поиска необходимой научной литературы и статистической информации	Знать: особенности устной и письменной речи научной речи, ее отличие от других книжных видов речи Уметь: понимать и анализировать тексты по специальности и создавать грамотные, связные тексты в сфере изучаемого научного направления Владеть: редактировать чужой и собственный текст по специальности

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 1 семестре, составляет _2_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**36**	36			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	10	10			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	**16**	**16**			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**27**	27			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Очно-заочная форма обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	24	24			
Учебные занятия лекционного типа	6	6			
Практические занятия	6	6			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**12**	**12**			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	39	39			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _1_)								
Раздел 1. Инновационные технологии в образовании	36	13	18	5	5		8	
Раздел 2. Технологии электронного обучения	36	14	18	5	5		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**10**	**10**		16	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	72	27	36	10	10		16	

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _1_)								
Раздел 1. Инновационные технологии в образовании	36	19	12	3	3		6	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 2. Технологии электронного обучения	36	20	12	3	3		6	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**72**	**39**	**24**	**6**	**6**		12	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет с оценкой**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	72	39	24	6	6		12	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 1							
Раздел 1. Инновационные технологии в образовании	13	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Раздел 2. Технологии электронного обучения	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**27**	**11**		**12**		**4**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**27**	**11**		12		4	

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 1							
Раздел 1. Инновационные технологии в образовании	19	9	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Технологии электронного обучения	20	9	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**39**	**18**		**17**		**4**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**39**	**18**		17		4	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1. Инновационные технологии в образовании

Цель: получение знаний об инновационных образовательных технологиях и работе с ними

Перечень изучаемых элементов содержания

Инновационные технологии в образовании. Электронное обучение и электронная педагогика. Особенности инноваций в сфере образования, преимущества и недостатки электронного обучения. Потенциальные выгоды виртуальной системы образования в России, инструменты доставки знаний студенту. Законодательное регулирование электронного обучения. Технологии и инструменты электронного обучения

Вопросы для самоподготовки:

1. Инновационные технологии в образовании.
2. Электронное обучение и электронная педагогика.
3. Особенности инноваций в сфере образования, преимущества и недостатки электронного обучения.
4. Потенциальные выгоды виртуальной системы образования в России, инструменты доставки знаний студенту.
5. Законодательное регулирование электронного обучения
6. Технологии и инструменты электронного обучения

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 1

1. Инновационные технологии в образовании.
2. Электронное обучение и электронная педагогика.
3. Особенности инноваций в сфере образования, преимущества и недостатки электронного обучения.
4. Потенциальные выгоды виртуальной системы образования в России, инструменты доставки знаний студенту.
5. Законодательное регулирование электронного обучения
6. Технологии и инструменты электронного обучения

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Раздел 2. Технологии электронного обучения

Цель: получить знания о технологиях электронного обучения и навыков работы с ними

Перечень изучаемых элементов содержания

Мобильное электронное образовани. Понятие и технология e-Learning. Виды и типы электронного обучения. Электронное обучение в бизнесе. Рынок электронного обучения. Система управления электронным обучением.

Вопросы для самоподготовки:

1. Мобильное электронное образование
2. Понятие и технология e-Learning
3. Виды и типы электронного обучения
4. Электронное обучение в бизнесе
5. Рынок электронного обучения
6. Система управления электронным обучением

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 2

1. Мобильное электронное образование
2. Понятие и технология e-Learning
3. Виды и типы электронного обучения
4. Электронное обучение в бизнесе

5. Рынок электронного обучения
6. Система управления электронным обучением

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать: основные типы и приемы аргументации; композиционные и речевые стандарты научного текста, правила работы с научной литературой, цитирования и стандартные способы оформления ссылок и библиографии	Этап формирования знаний
		Уметь: учитывать коммуникативную цель текста, особенности его аудитории и ситуацию общения	Этап формирования умений
		Владеть: навыками вести переписку в учебно-научной сфере	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	Знать: особенности устной и письменной речи научной речи, ее отличие от других книжных видов речи	Этап формирования знаний
		Уметь: понимать и анализировать тексты по специальности и создавать грамотные, связные тексты в сфере изучаемого научного направления	Этап формирования умений
		Владеть: редактировать чужой и собственный текст по специальности	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания

УК-6, ОПК-5	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.

УК-6, ОПК-5	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
УК-6, ОПК-5	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Инновационные технологии в образовании.
2. Электронное обучение и электронная педагогика.
3. Особенности инноваций в сфере образования, преимущества и недостатки электронного обучения.
4. Потенциальные выгоды виртуальной системы образования в России, инструменты доставки знаний студенту.

5. Законодательное регулирование электронного обучения
6. Технологии и инструменты электронного обучения
7. Мобильное электронное образование
8. Понятие и технология e-Learning
9. Виды и типы электронного обучения
10. Электронное обучение в бизнесе
11. Рынок электронного обучения
12. Система управления электронным обучением
13. Назовите основные задачи дистанционного обучения.
14. Особенности текущего контроля знаний в дистанционной форме обучения
15. Виртуальная образовательная среда
16. Социально-экономическая сущность дистанционной формы обучения.
17. Эффективность самостоятельной учебной работы студента в виртуальной образовательной среде.
18. Какие социальные технологии применяются при реализации стратегии проведения дистанционного образования?
19. Какова роль государства в реализации программ дистанционного обучения?

Аналитическое задание

1. Охарактеризуйте важнейшую задачу организации самостоятельного обучения студента с учетом их индивидуальных особенностей.
2. В чем заключается организация обратной связи и принятия оптимальных решений в управлении качеством обучения?
3. Перечислите основные функции оценки качества знаний.
4. Особенности текущего контроля знаний в дистанционной форме обучения
5. Виртуальная образовательная среда
6. Социально-экономическая сущность дистанционной формы обучения.
7. Эффективность самостоятельной учебной работы студента в виртуальной образовательной среде.
8. Охарактеризуйте место СДО в современной системе образования.
9. Раскройте понятие тренинг.
10. Охарактеризуйте основные черты инновационного подхода к формированию дистанционной системы образования.
11. Укажите положительные и отрицательные моменты системы дистанционного обучения (на личном примере).
12. Какие социальные технологии применяются при реализации стратегии проведения дистанционного образования?
13. Какова роль государства в реализации программ дистанционного обучения?
14. Методы измерения и анализа текущего контроля знаний студента в электронной образовательной среде.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным

программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Овчинникова, К. Р. Дидактическое проектирование электронного учебника в высшей школе: теория и практика : учебное пособие / К. Р. Овчинникова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08823-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471618 (дата обращения: 24.05.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Вайндорф-Сысоева, М. Е. Методика дистанционного обучения : учебное пособие для вузов / М. Е. Вайндорф-Сысоева, Т. С. Грязнова, В. А. Шитова ; под общей редакцией М. Е. Вайндорф-Сысоевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9202-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450836 (дата обращения: 24.05.2021).

2. Черткова, Е. А. Компьютерные технологии обучения : учебник для вузов / Е. А. Черткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07491-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471256 (дата обращения: 24.05.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
3.	Образовательная	Электронно-библиотечная система	https://urait.ru/

	платформа Юрайт	для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

1.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес

1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме

разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью «Менеджмент»,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** предусмотрено освоение дисциплины (модуля) «Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий» с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Порядок применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины (модуля) «Технологии электронного обучения и обучение с применением дистанционных образовательных технологий» осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в Российском государственном социальном университете.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РАБОТА С ИНФОРМАЦИЕЙ В ОБУЧЕНИИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности*» разработана рабочей группой в составе: к.с.н., доцент факультета управления Евстратова Т.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления Протокол № 11 от « 27 » _мая_ 2021_ года

Декан факультета управления Кандидат медицинских наук, доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР» Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА
(подпись)

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг», Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА
(подпись)

Д.с.н., профессор факультета управления _____ О.А. УРЖА
(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 8

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 8

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 10

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 11

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 12

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 12

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 14

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 15

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 15

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 15

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 16

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 16

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 18

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 15

5.6 Образовательные технологии 19

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «*Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности*» является получение знаний о том как логически упорядочить текст и организовывать его элементы; как пользоваться различными моделями и технологиями академического письма в работе над текстом; как выдвигать и обосновывать собственную гипотезу, формулировать тезис и выстраивать текст от гипотезы к выводам; уметь критически оценивать, отбирать, обобщать и использовать информацию из различных источников; беспристрастно, объективно и обоснованно проводить собственную линию доказательства на основе логики и фактов, избегая различных видов плагиата; использовать различные методы аргументации, соотнесенных с общими целями ОПОП, с последующим применением навыков на практике в сфере маркетинга, а также овладение методами логического порядка в организационно-управленческой, информационно-аналитической и предпринимательской деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

1. развитие навыков исследовательской работы и обучение написанию научных текстов, прежде всего курсовых и дипломных работ, а также научных статей и других исследовательских и учебных жанров.
2. Знание требований, которые необходимо соблюдать при написании научной статьи, правил оформления ее структурных элементов, оформление ссылок и цитат в научном тексте, способы цитирования, правила соблюдения научной этики.
3. Усвоение основных правил написания научной статьи, разработка ее структуры и способов предоставления результатов исследования в ней.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности»* реализуется в *части, формируемой участниками образовательных отношений, дисциплины по выбору* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Информатика и основы информационно-коммуникационных технологий», «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Управление персоналом», «Теория управления и организации», «Социальные и коммуникационные технологии в управлении».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной

программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: УК-6; ОПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент»*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Универсальная компетенция (Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение))	**УК-6**	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации УК-6.3. Владеет навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной деятельности; саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях	*Знать:* особенности устной и письменной речи, научной речи, ее отличие от других книжных видов речи *Уметь:* понимать и анализировать тексты по специальности и создавать грамотные, связные тексты в сфере изучаемого научного направления; учитывать коммуникативную цель текста, особенности его аудитории и ситуацию общения *Владеть:* навыками редактирования чужого и собственного текста по специальности
Общепрофессиональная компетенция (Владение современными информационными технологиями)	**ОПК-5**	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их	ОПК-5.1 умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения статистических процедур информации, построение эконометрических моделей) ОПК-5.2 использует электронные библиотечные системы для поиска необходимой научной литературы и статистической информации	*Знать:* основной репертуар средств выражения смысла в рамках научного стиля, по возможности полно представлять совокупность лексических и грамматических вариантов воплощения коммуникативного замысла *Уметь:* анализировать чужую аргументацию, выстраивать логичное, непротиворечивое доказательство, отвечать на контраргументы; грамотно использовать композиционные стандарты научного текста для изложения результатов собственного исследования

		интеллектуальный анализ.		*Владеть:* выступать с устным докладом с презентацией по теме исследования, вести переписку в учебно-научной сфере

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 1 семестре, составляет _2_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**36**	36			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	10	10			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	**16**	**16**			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**27**	27			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Очно-заочная форма обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	24	24			
Учебные занятия лекционного типа	6	6			
Практические занятия	6	6			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**12**	**12**			

Самостоятельная работа обучающихся, всего	39	39			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**							
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**					
			Всего	**Лекционные занятия**	**Семинарские/ практические занятия**	**Лабораторные занятия**	**Иная контактная работа**	
							Всего	**Практическая подготовка**
Модуль 1 (Семестр _1_)								
Раздел 1. Особенности научной коммуникации. Научный текст, его цели, объект, предмет исследования	36	13	18	5	5		8	
Раздел 2. Исследования: выбор темы, постановка проблемы, актуальность, научная новизна, практическая значимость	36	14	18	5	5		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**10**	**10**		16	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	72	27	36	10	10		16	

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _1_)								
Раздел 1. Особенности научной коммуникации. Научный текст, его цели, объект, предмет исследования	36	19	12	3	3		6	
Раздел 2. Исследования: выбор темы, постановка проблемы, актуальность, научная новизна, практическая значимость	36	20	12	3	3		6	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**9**						
Общий объем, часов	**72**	**39**	**24**	**6**	**6**		12	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	72	39	24	6	6		12	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 1							

Раздел 1. Особенности научной коммуникации. Научный текст, его цели, объект, предмет исследования	13	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Исследования: выбор темы, постановка проблемы, актуальность, научная новизна, практическая значимость	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**27**	**11**		**12**		**4**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**27**	**11**		12		4	

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 1							
Раздел 1. Особенности научной коммуникации. Научный текст, его цели, объект, предмет исследования	19	9	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Исследования: выбор темы, постановка проблемы, актуальность, научная новизна, практическая значимость	20	9	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	реферат	2	Компьютерное тестирование

Общий объем по модулю/семестру, часов,	**39**	**18**		**17**		**4**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**39**	**18**		17		4	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

РАЗДЕЛ 1. ОСОБЕННОСТИ НАУЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ. НАУЧНЫЙ ТЕКСТ, ЕГО ЦЕЛИ, ОБЪЕКТ, ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Цель: получение знаний как логически упорядочивать текст и организовывать его элементы; как пользоваться различными моделями и технологиями академического письма в работе над текстом; как выдвигать и обосновывать собственную гипотезу, формулировать тезис и выстраивать текст от гипотезы к выводам; уметь критически оценивать, отбирать, обобщать и использовать информацию из различных источников

Перечень изучаемых элементов содержания

Текст, его элементы, модели и технологии академического письма в работе над текстом; гипотеза, тезис, выстраивание текста от гипотезы к выводам; отбор, обобщение и использование информации из различных источников.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое библиографический поиск? В каких целях он проводится?
2. Основные ресурсы для библиографического исследования.
3. Методика библиографического исследования.
4. Что такое библиометрические показатели? Перечислите.
5. Для чего создается профиль пользователя?
6. Что такое реферативная база данных?
7. Что такое база данных цитирования?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Пример рефератов

1. Как создать Профиль пользователя?
2. Как получить доступ к полнотекстовым коллекциям?
3. Как создать Пользовательскую подборку?
4. Как отсортировать результаты поиска по релевантности?
5. Как отсортировать результаты поиска по числу цитирований?
6. Как создать список публикаций, на которые ссылаются в данной публикации?
7. Как создать список публикаций, которые ссылаются на данную публикацию?
8. Как создать оповещение о новых публикациях по определенной тематике?
9. Как подписаться на канал RSS?
10. Как посмотреть профиль автора?"

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 2. ИССЛЕДОВАНИЯ: ВЫБОР ТЕМЫ, ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ, АКТУАЛЬНОСТЬ, НАУЧНАЯ НОВИЗНА, ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ.

Цель: развитие навыков исследовательской работы и обучение написанию научных текстов

Перечень изучаемых элементов содержания

выбор темы, постановка проблемы, актуальность, научная новизна, практическая значимость, объект, предмет исследования, эмпирическая база исследования, методы исследования.

Вопросы для самоподготовки:

1. Структура введения
2. Выбор темы исследования
3. Постановка проблемы
4. Актуальность, научная новизна, практическая значимость
5. Эмпирическая база

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат

Пример рефератов

1. Опишите эмпирическую базу своего исследования (курсовой, проекта, предполагаемого в будущем исследования). Укажите, каков качественный характер данных (что за факты должны быть собраны), каким образом они получены, каков их объем.

2. Существуют разные виды сбора данных (подробнее о них можно узнать из пособий по методам проведения научных исследований):

1) опрос информантов (интервьюирование, анкетирование);

2) долгосрочное наблюдение без вмешательства;

3) эксперимент;

4) организация коллекций фактов (баз данных, корпусов).

Могут ли разные виды сбора материала сочетаться в одном исследовании? Приведите примеры из своей области. Какова функция таких гипотетических сочетаний разных видов сбора сведений, зачем это сочетание может быть нужно?

Например, анализ отзывов зрителей с сайта проката фильма может подтвердить или опровергнуть данные опроса мнений о фильме, собранные в интервью или через анкетирование посетителей кинотеатра; долгосрочное наблюдение за покупателями без вмешательства может дополнить данные, полученные в эксперименте с вывешиванием и удалением рекламного флаера на дверях пункта продажи товара.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать: особенности устной и письменной речи, научной речи, ее отличие от других книжных видов речи	Этап формирования знаний
		Уметь: понимать и анализировать тексты по специальности и создавать грамотные, связные тексты в сфере изучаемого научного направления; учитывать коммуникативную цель текста, особенности его аудитории и ситуацию общения	Этап формирования умений
		Владеть: навыками редактирования чужого и собственного текста по специальности	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	Знать: основной репертуар средств выражения смысла в рамках научного стиля, по возможности полно представлять совокупность лексических и грамматических вариантов воплощения коммуникативного замысла	Этап формирования знаний
		Уметь: анализировать чужую аргументацию, выстраивать логичное, непротиворечивое доказательство, отвечать на контраргументы; грамотно использовать композиционные стандарты научного текста для изложения результатов собственного исследования	Этап формирования умений
		Владеть: выступать с устным докладом с презентацией по теме исследования, вести переписку в учебно-научной сфере	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-6, ОПК-5	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей

		грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
УК-6, ОПК-5	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено
УК-6, ОПК-5	Этап формирования	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные*	

	навыков и получения опыта.	*задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Основные критерии написания научной статьи
2. Критерии написания научной статьи по содержанию
3. Критерии написания научной статьи по форме изложения
4. Основные требования к результату научной статьи
5. План работы над статьей
6. Структура научной статьи
7. Общий план построения статьи
8. Рекомендуемая структура статьи
9. Вступление
10. Основная часть
11. Выводы
12. Литература
13. Рекомендации по изложению материала статьи
14. Изложение материала статьи
15. Цитаты и ссылки
16. Язык изложения статьи
17. Общие рекомендации
18. ГОСТ по оформлению научных работ

Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):*

1. Опишите эмпирическую базу своего исследования (курсовой, проекта, предполагаемого в будущем исследования). Укажите, каков качественный характер данных (что за факты должны быть собраны), каким образом они получены, каков их объем.

2. Существуют разные виды сбора данных (подробнее о них можно узнать из пособий по методам проведения научных исследований):

1) опрос информантов (интервьюирование, анкетирование);

2) долгосрочное наблюдение без вмешательства;
3) эксперимент;
4) организация коллекций фактов (баз данных, корпусов).

Могут ли разные виды сбора материала сочетаться в одном исследовании? Приведите примеры из своей области. Какова функция таких гипотетических сочетаний разных видов сбора сведений, зачем это сочетание может быть нужно?

Например, анализ отзывов зрителей с сайта проката фильма может подтвердить или опровергнуть данные опроса мнений о фильме, собранные в интервью или через анкетирование посетителей кинотеатра; долгосрочное наблюдение за покупателями без вмешательства может дополнить данные, полученные в эксперименте с вывешиванием и удалением рекламного флаера на дверях пункта продажи товара.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Куприянов, Д. В. Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для вузов / Д. В. Куприянов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02523-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469845 (дата обращения: 08.05.2021).

2. Шапцев, В. А. Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов / В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02989-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451811 (дата обращения: 08.05.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Романова, Ю. Д. Информационные технологии в управлении персоналом : учебник и практикум для вузов / Ю. Д. Романова, Т. А. Винтова, П. Е. Коваль. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 271 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09309-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468991 (дата обращения: 08.05.2021).

2. Соколов, А. В. Философия информации : учебное пособие для вузов / А. В. Соколов. — 3-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08009-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/474514 (дата обращения: 08.05.2021).

3. Сакова, О. Я. Аналитико-синтетическая переработка информации. Библиографическое описание информационных ресурсов : учебное пособие для вузов / О. Я. Сакова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021 ; Кемерово : Кемеров. гос. ин-т культуры. — 123 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14437-6 (Издательство Юрайт). — ISBN 978-5-8154-0541-7 (Кемеров. гос. ин-т культуры). — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477587 (дата обращения: 08.05.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью «Менеджмент»,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** предусмотрено освоение дисциплины (модуля) «*Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности*» с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Порядок применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины (модуля) «*Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности*» осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в Российском государственном социальном университете.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ТЕХНОЛОГИИ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ

Направление подготовки
38.03.02 «Менеджмент»

Направленность
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

− *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*

− *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины разработана рабочей группой в составе: канд. пед наук, Афанасьевой О.О.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы
к.с.н., доцент _____ (подпись) Т.А. ЕВСТРАТОВА

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании кафедры социальной работы. Протокол № 13 от 28 мая 2021 года

Декан факультета
д-р. пед. наук, профессор _____ (подпись) В.В.Сизикова

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ГАУК «МОСГОРТУР»,
менеджер отдела обучения педагогического персонала _____ (подпись) С.С. Рунов

АНО Центр всестороннего развития личности «Совершенство», директор _____ (подпись) Е.В. Котомина

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

д-р пед. наук, профессор, главный научный сотрудник МПГУ _____ (подпись) О.И. Воленко

д-р. филос. наук, доцент кафедры социальной педагогики и организации работы с молодежью _____ (подпись) А.М. Егорычев

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ (подпись) И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ....4
1.1 Цель и задачи дисциплины 4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций....4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ....6
2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося 6
2.2. Учебно-тематический план дисциплины....6
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ....10
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине....11
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине 12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 12
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине....15
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы....16
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 18
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 18
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ....20
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины 20
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины....21
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 22
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине 24
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине 25
5.6 Образовательные технологии 25
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....25

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, предусмотренных современными требованиями ФГОС в области организации безбарьерной среды для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Задачи дисциплины:

1. Ознакомление с законодательными основами организации безбарьерной среды.
2. Формирование системы знаний об особенностях проектирования инклюзивной

3. Ознакомление с основными нозологическими особенностями, требующими применения технологий возможностей.

4. Формирование системы знаний о технических средства реабилитации, необходимых для обеспечения доступности среды.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки *«38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной и очно-заочной с ДОТ* формам обучения**.**

Перечень последующих дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной:

- *Социально-педагогическая коррекция;*
- *Социально-педагогическое сопровождение подростков в трудной жизненной ситуации;*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных компетенций: УК-6; ОПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент.*

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального	Знать: инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей Уметь: планировать траекторию своего профессионального развития и

		течение всей жизни	развития и предпринимает шаги по её реализации УК-6.3. Владеет навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной деятельности; саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях	предпринимает шаги по её реализации Владеть: готовностью к эффективному целеполаганию, приемами организации собственной деятельности; саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях
Владение современными информационными технологиями	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ОПК-5.1 умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения статистических процедур информации, построение эконометрических моделей. ОПК-5.2 использует электронные библиотечные системы для поиска необходимой научной литературы и статистической информации	Знать: основы работы с электронные библиотечными системами для поиска необходимой научной литературы и статистической информации Уметь: применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения статистических процедур информации, построение эконометрических моделей Владеть: готовностью к решению профессиональных задач с помощью современных информационных технологий и программных средств, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работы обучающегося спреподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой по очной, заочной и заочной с ДОТ формам обучения в 1 семестре, составляет 2 зачетных единицы. По дисциплине предусмотрен зачет в 1 семестре.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**20**	**20**			
Учебные занятия лекционного типа	10	10			
Практические занятия	10	10			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	16	16			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**27**	**27**			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Очно-заочная форма обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**12**	**12**			
Учебные занятия лекционного типа	6	6			
Практические занятия	6	6			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	12	12			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**39**	**39**			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины

Очной формы обучения

	Виды учебной работы, академических часов

Раздел, тема	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	**30**	**12**	**18**	**4**	**6**		**8**
Тема 1.1. Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями	16	6	10	2	4		4
Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг	14	6	8	2	2		4
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	**33**	**15**	**18**	**6**	**4**		**8**
Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды	16	8	8	2	2		4
Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды	17	7	10	4	2		4
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**						
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**10**	**10**	**0**	**16**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**						
Общий объем часов по дисциплине	**72**	**27**	**36**	**10**	**10**	**0**	**16**

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

	Виды учебной работы, академических часов

Раздел, тема	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками				
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	**31**	**19**	**12**	**4**	**2**		**6**
Тема 1.1. Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями	15	11	4	2	0		2
Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг	16	8	8	2	2		4
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	**32**	**20**	**12**	**2**	**4**		**6**
Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды	16	10	6	0	2		4
Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды	16	10	6	2	2		2
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**						
Общий объем, часов	**72**	**39**	**24**	**6**	**6**	**0**	**12**
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**						
Общий объем часов по дисциплине	**72**	**39**	**24**	**6**	**6**	**0**	**12**

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	12	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Презентация	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	15	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	Презентация Доклад	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по дисциплине, часов	**27**	**14**		**11**		**4**	

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Семестр 1							
Раздел 1. Человек с инвалидностью как объект технологий возможностей	19	9	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Презентация	2	Компьютерное тестирование

Раздел 2. Нормативно-правовое регулирование проектирования безбарьерной среды	20	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	Презентация Доклад	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по дисциплине, часов	**39**	**17**		**18**		**4**	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине

РАЗДЕЛ 1. ЧЕЛОВЕК С ИНВАЛИДНОСТЬЮ КАК ОБЪЕКТ ТЕХНОЛОГИЙ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Цель: изучить понятие инвалидности и ее отражения на возможностях человека и доступности объектов социальной инфраструктуры и услуг.

Перечень изучаемых элементов содержания

Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями зрения. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями слуха. Классификация и типологические особенности лиц с нарушениями функций опорно-двигательного аппарата. Классификации и типологические особенности лиц с соматическими заболеваниями. Классификации и типологические особенности лиц с психическими заболеваниями. Классификации и типологические особенности лиц с нарушениями речи. Содержание категорий жизнедеятельности.

Технические средства, используемые на территории, прилегающей к зданию (участке). Технические средства, используемые на входе (входах) в здание. Технические средства, используемые на пути (путях) движения внутри здания (в т.ч. путях эвакуации). Технические средства, используемые в зоне целевого назначения здания (целевого посещения объекта). Технические средства, используемые в санитарно-гигиенических помещениях. Технические средства, используемые для создания системы информации на объекте (устройства и средства информации и связи и их системы.

Тема 1.1. Дефициты и ресурсы лиц с различными заболеваниями

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите пространственно-средовые барьеры в окружающей среде.
2. Кто относится к категории маломобильных групп населения (МГН)? Каковы характеристики МГН, не относящихся к людям с инвалидностью?
3. Определите соотношение понятий «универсальный дизайн» и «разумное приспособление»

Тема 1.2. Технические средства обеспечения доступности для людей с инвалидностью различных объектов социальной инфраструктуры и услуг

Вопросы для самоподготовки:

1. Раскройте такие параметры доступности как досягаемость, безопасность, информативность, комфортность.
2. Назовите основные знаки, пиктограммы, которые используются в рамках организации доступной среды для создания системы информации.
3. Соотнесите понятия «технические средства реабилитации» и «технические

средства обеспечения доступности». Можно ли их употреблять как синонимичные?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Форма практического задания: презентация.

1. Сделайте презентацию с фото технических средств обеспечения доступности в разрезе нозологий.
2. Презентуйте одно техническое средство обеспечения доступности с подробным описанием его устройства и представлением ассортиментного ряда подобных устройств.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1. форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ

Цель: раскрыть сущность и содержание нормативно-правового обеспечения безбарьерной среды

Перечень изучаемых элементов содержания

Конвенция о правах инвалидов (ООН). Федеральный закон от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в РФ». Федеральный закон от 1.12.2014 № 419-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам социальной защиты инвалидов в связи с ратификацией Конвенции о правах инвалидов». Постановление от 29.03.2019 года № 363 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Доступная среда" (до 2025 года).

Стандарты формирования безбарьерной среды для инвалидов. Нормативное регулирование параметров установки элементов безбарьерной среды. Требования Федерального закона от 30.12.2009 № 384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений».

Применение строительных норм и правил (СНиП) и сводов правил (СП). СНиП 35-01-2001 "Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения"; РДС 35-201-99 «Порядок реализации требований доступности для инвалидов к объектам социальной инфраструктуры»; СП 35-101-2001 «Проектирование зданий и сооружений с учетом доступности для маломобильных групп населения»; СП 35-102-2001 "Жилая среда с планировочными элементами, доступными инвалидам"; СП 35-103-2001 "Общественные здания и сооружения, доступные маломобильным посетителям"; СП 35-104-2001 "Зданияи помещения с местами труда для инвалидов"; СНиП 31-06-2009 "Общественные здания и сооружения"; ГОСТ Р 51631-2008 «Лифты пассажирские. Технические требования доступности, включая доступность для инвалидов и других маломобильных групп населения»; ГОСТ Р 51630-2000 «Платформы подъемные с вертикальным и наклонным перемещением для инвалидов. Технические требования доступности»; ГОСТ Р 52131- 2003 «Средства отображения информации знаковые для инвалидов»; ГОСТ Р 51671-2000 «Средства связи и информации технические общего пользования, доступные для инвалидов. Классификация. Требования доступности и безопасности»; ГОСТ Р 52875- 2007 «Указатели тактильные наземные для инвалидов по зрению. Технические требования»;

ГОСТ 51261-99 «Устройства опорные стационарные реабилитационные. Типы и технические требования».

Тема 2.1. Нормативно-правовые основания организации доступной среды

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные законодательные акты Российской Федерации, содержащие основные права людей с инвалидностью.
2. Отследите динамику изменений госпрограммы «Доступная среда» с 2011 по настоящее время. Какие показатели, блоки изменились? Чем это объяснить?

Тема 2.2. Принципы проектирования и основные элементы градостроительной и архитектурной среды

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные нормативно-правовые акты, предусматривающие регулирование параметров установки элементов безбарьерной среды.
2. Назовите основные структурно-функциональные зоны и элементы зданий и сооружений, подлежащие адаптации для инвалидов и других МГН

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2.

Форма практического задания: 1) презентация, 2) доклад,

1) Подготовьте презентацию с примерами нарушений принципов проектирования градостроительной и архитектурной среды в современном городе (фото, видео личных наблюдений)

2) Примерный перечень тем докладов к разделу 2:

1. Влияние природной среды на состояние человека.
2. Виляние социально-экономической среды на состояние человека.
3. Расскажите о пространственных барьерах для людей с нарушениями опорно-двигательного аппарата.
4. Характеристика «жилой среды»
5. Особенности градостроительной среды
6. Безопасность при проектировании поселений в сельской местности.
7. Безопасность при проектировании малых городов.
8. Особенности проектирования городов при больших индустриальных комбинатах.
9. Принцип удобства в градостроительной и архитектурной политике.
10. Гибкость в градостроительной и архитектурной политике.
11. Простота использования в градостроительной и архитектурной политике
12. Понятность информации в градостроительной и архитектурной политике.
13. Допустимость ошибок в градостроительной и архитектурной политике.
14. Минимальные физические усилия в градостроительной и архитектурной политике.
15. Соответствие размеров и габаритов пространства в градостроительной и архитектурной политике.
16. Опыт США в социальной архитектуре.
17. Опыт Канады в социальной архитектуре.
18. Опыт Англии в социальной архитектуре.
19. Опыт Германии в социальной архитектуре.
20. Опыт Франции в социальной архитектуре.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1. форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является зачет**,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать: инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей	Этап формирования знаний
		Уметь: планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	Этап формирования умений
		Владеть: готовностью к эффективному целеполаганию, приемами организации собственной деятельности; саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный	Знать: основы работы с электронные библиотечными системами для поиска необходимой научной литературы и статистической информации	Этап формирования знаний
		Уметь: применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения статистических процедур информации, построение эконометрических моделей	Этап формирования умений

	анализ		
		Владеть: готовностью к решению профессиональных задач с помощью современных информационных технологий и программных средств, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания

УК-6, ОПК-5	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.

УК-6, ОПК-5	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией - 9-10 баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании -7-8 баллов;
УК-6, ОПК-5	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению5-6 баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания - 0-4 баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Перечислите основополагающие международные юридические документы, в которых закреплены права детей-инвалидов.
2. Какие этические принципы и нормы отношения к проблемам инвалидов провозглашаются в международных документах, разработанных ООН?

3. Законодательство Российской Федерации, региональное, регулирующее развитие инклюзивного образования в общеобразовательных учреждениях
4. Охарактеризуйте федеральные программные документы РФ, ориентированные на помощь детям-инвалидам.
5. Назовите особенности социальной политики в отношении детей с ОВЗ.
6. Охарактеризуйте роль общественной и государственной инициативы в решении проблем граждан с ограниченными возможностями.
7. Чем отличается отношение к людям с ограниченными возможностями в контексте медицинской, социальной моделей инвалидности?
8. Создание универсальной безбарьерной среды.
9. Экологическая целесообразность среды.
10. Что изучает функциональная антропометрия
11. Сколько уровней отражения воздействий архитектуры психикой человека.
12. Что такое визуальная комфортность.
13. Какие вы знаете виды освещенности?
14. Наименьшие размеры зоны свободного маневрирования для поворота коляски на 90,180,360 градусов
15. Что должны обеспечивать проектные решения объектов доступных для МГН?
16. Назовите четыре разновидности требований к среде, предъявляемых лицами с ограниченными возможностями.
17. Какие архитектурные задачи позволяет решить цветовое кодирование.
18. Применения тактильного кодирования для организации доступной среды.
19. Использование звуковых ориентиров для создания безбарьерной среды.
20. Как решается на государственном уровне создание безбарьерной среды в Российской Федерации?
21. Дайте понятие инвалидности, в чем смысл ограничения жизнедеятельности?
22. В чем заключаются проблемы доступности жилья?
23. В чем заключаются проблемы доступности городской среды?
24. В чем заключаются проблемы доступности транспортной инфраструктуры?
25. В чем заключаются проблемы доступности социальных объектов?
26. Дайте определение понятия «Маломобильные группы населения (МГН)»
27. Каким образом должны быть оборудованы входы в здания и помещения для инвалидов-колясочников?
28. Назовите способы адаптации среды жизнедеятельности к потребностям инвалидов и маломобильных групп населения.
29. Размеры входных площадок и тамбуров
30. Как оборудуются пандусы в местах примыкания к проезжей части для слепых и слабовидящих людей
31. Размеры лифтовой кабины, предназначенной для инвалидов колясочников
32. Как организована городская среда для инвалидов в развитых странах?
33. Назовите основные принципы универсального дизайна.
34. Приведите пример применения принципов универсального дизайна.
35. Что необходимо учитывать при проектировании жилых домов и помещений для обеспечения потребностей инвалидов
36. В чем заключается роль генерального плана города в процессе формирования безбарьерной среды?
37. Назовите особенности отдельных категорий инвалидов.
38. Габариты инвалидной коляски и размеры, необходимые для ее размещения.
39. Что необходимо учитывать при проектировании зон обслуживания инвалидов в общественных зданиях?
40. Какие вы знаете визуальные устройства и средства информации?

41. Мобильность в интерьере с учетом требований инвалидов: перегородки, мебель освещение и т.д.
42. Организация рабочих мест в офисах для инвалидов: габариты, оборудование, материалы рабочих поверхностей ит.д.
43. Организация санитарно- гигиенических зон для МГН: ванные комнаты, туалеты, постирочные.
44. Проходы, коридоры, инженерные коммуникации (габариты, возможность обслуживания).
45. Какой используется шрифт для передачи письменной информации для слепых?

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

Промежуточная аттестации по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Аксенова, Л. И. Абилитационная педагогика : учебное пособие для вузов / Л. И. Аксенова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05409-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473451 (дата обращения: 18.06.2021).
2. Фуряева, Т. В. Социализация и социальная адаптация лиц с инвалидностью : учебное пособие для вузов / Т. В. Фуряева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08278-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473431 (дата обращения: 18.06.2021).
3. Фуряева, Т. В. Социальная инклюзия : учебное пособие для вузов / Т. В. Фуряева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07465-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/474628 (дата обращения: 18.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Вишнякова, Ю. А. Инклюзивное искусство : учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 138 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13762-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477224 (дата обращения: 18.06.2021).
2. Педагогика дополнительного образования. Работа с детьми с особыми образовательными потребностями : учебное пособие для вузов / Л. В. Байбородова [и др.] ; под редакцией Л. В. Байбородовой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 241 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06162-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471809 (дата обращения: 18.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Название электронного ресурса	**Описание электронного ресурса**	**Используемый для работы адрес**
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение обучающимся дисциплины *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и семинаров. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе http://biblioclub.ru, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой

формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает несколько моментов:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

Главным результатом служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная

информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно- методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

Подготовка к зачету**.**

К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа к интернет
3. Проектор

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным	https://urait.ru/

		дисциплинам.	
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Для изучения дисциплины *«Технологии возможностей и безбарьерной среды»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент»* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

При реализации **очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий** допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых игр и разбора конкретных ситуаций, в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

При освоении дисциплины «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины «*Технологии возможностей и безбарьерной среды*» предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

При реализации **очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий** предусмотрено освоение дисциплины (модуля) «Технологии возможностей и безбарьерной среды» с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Порядок применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины (модуля) «Технологии возможностей и безбарьерной среды» осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса с использованием

электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в Российском государственном социальном университете.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

АДАПТИВНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «*Адаптивные информационно-коммуникационные технологии*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа учебной дисциплины разработана доцентом, кандидатом физико-математических наук, доцентом факультета информационных технологий О.А. Мудраковой.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета информационных технологий.
Протокол № 15 от «21» июня 2021 года.

Декан факультета кандидат педагогических наук, доцент _____ С.В. Крапивка
(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «АнсофтДевелопмент» Исполнительный директор, канд. физ.-мат. наук _____ Г.Б. Меньков
(подпись)

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», НОЦ инфокогнитивных технологий, доктор технических наук, профессор _____ Н.И. Гданский

к.т.н., доцент кафедры информационных систем, сетей и безопасности _____ В.Л. Симонов

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 4

1.1 Цель и задачи дисциплины....4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалаврита 4

1.3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата. 4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 5

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5

2.2. Учебно-тематический план дисциплины 6

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 9

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 9

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 11

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ 14

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине 14

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 14

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 14

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 16

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций....17

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций....18

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ 18

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины....18

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 19

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины....19

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине 21

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине....18

5.6 Образовательные технологии 22

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины заключается в формировании у студентов профессиональных компетенций, связанных с использованием теоретических и практических знаний в области современных информационных процессов и технологий, освоение общих принципов работы и получение практических навыков использования современных информационных технологий для решения прикладных задач.

Задачи учебной дисциплины:

1. формирование у студента знаний принципов сбора, отбора и обобщения информации;
2. обеспечение устойчивых навыков систематизации в условиях локальных и глобальных сетей и систем телекоммуникаций, новых информационных технологий;
3. обучение студентов работе с информационными источниками, приобретение опыта научного поиска, создания научных текстов

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) *«Адаптивные информационно-коммуникационные технологии»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы в разделе дисциплин по выбору по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение учебной дисциплины *«Адаптивные информационно-коммуникационные технологии»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: *«Информатика и основы информационно-коммуникационных технологий», «Безопасность жизнедеятельности».*

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: *«Проектная деятельность»* и *«Социально-психологические основы управления».*

1.3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-6; ОПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программа бакалавриата по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент».*

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**

Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации УК-6.3. Владеет навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной деятельности; саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях	Знать: инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов Уметь: планировать траекторию своего профессионального развития Владеть: навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной деятельности; саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях
Владение современными информационными технологиями	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	ОПК-5.1 умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения статистических процедур информации, построение эконометрических моделей) ОПК -5.2 использует электронные библиотечные системы для поиска необходимой научной литературы и статистической информации	**Знать:** основные принципы сбора, отбора и обобщения информации **Уметь:** соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности **Владеть:** практическим опытом работы с информационными источниками, опытом научного поиска, создания научных текстов.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетных единицы. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		**36**			
Учебные занятия лекционного типа		10			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия		10			

из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Иная контактная работа		16			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся		**27**			
Контроль промежуточной аттестации		**9**			
Форма промежуточной аттестации		**зачет**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Очно-заочная форма обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		1			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками		**24**			
Учебные занятия лекционного типа		6			
из них: в форме практической подготовки					
Практические занятия		6			
из них: в форме практической подготовки					
Лабораторные занятия					
из них: в форме практической подготовки					
Иная контактная работа		12			
из них: в форме практической подготовки					
Самостоятельная работа обучающихся		**39**			
Контроль промежуточной аттестации		**9**			
Форма промежуточной аттестации		**зачет**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Семинарские/ практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Иная контактная работа	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1.1 Основы современных адаптивных информационных технологий	**34**	**16**	**16**	**6**		**4**				**8**	
Тема 1.1.1 Особенности современных адаптивных информационных технологий	14	6	8	2		2				4	
Тема 1.1.2 Использование адаптированной компьютерной техники	20	10	10	4		2				4	
Раздел 1.2 Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	**29**	**11**	**18**	**4**		**6**				**8**	
Тема 1.2.1. Дистанционные образовательные технологии	14	6	8	2		2				4	
Тема 1.2.2 Технические и программные средства телекоммуникационных технологий	15	5	10	2		4				4	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Семинарские/ практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Иная контактная работа	*из них: в форме практической подготовки*
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**10**		**10**				**16**	

Очно-заочная форма обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов									
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками							
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Семинарские/ практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Иная контактная работа	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1.1 Основы современных адаптивных информационных технологий	36	19	12	3		3				6	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Семинарские/ практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Иная контактная работа**	*из них: в форме практической подготовки*
Раздел 1.2 Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	36	20	12	3		3				6	
Контроль промежуточной аттестации (час)	9										
Общий объем, часов	**72**	**39**	**24**	**6**		**6**				**12**	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1 (семестр 1)							

Раздел 1.1 Основы современных адаптивных информационных технологий	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 1.2 Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	13	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	реферат	2	Создать мультимедийную презентацию на тему « Структура и технология работы электронных библиотек в образовательном учреждении»
Общий объем по модулю/семестру, часов	**27**	**11**		**12**		**4**	
Общий объем по дисциплине, часов	**27**	**11**		**12**		**4**	

Очно-заочная форма обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1 (семестр 1)							
Раздел 1.1 Основы современных адаптивных информационных технологий	19	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 1.2 Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации	20	9	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	реферат	2	Создать мультимедийную презентацию на тему « Структура и технология работы электронных библиотек в образовательном учреждении»

Общий объем по дисциплине, часов	**39**	**17**		**18**		**4**	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1 (1 семестр)

РАЗДЕЛ 1.1. Основы современных адаптивных информационных технологий

Цель: заключается в формировании у студентов компетенций, связанных с использованием теоретических и практических знаний в области современных адаптивных информационных технологий, освоение общих принципов работы и получение практических навыков использования современных информационных технологий для решения прикладных задач.

Перечень изучаемых элементов содержания

Особенности информационных технологий для людей с ограниченными возможностями здоровья. Организация индивидуального информационного пространства. Адаптивные информационные и коммуникационные технологии поддержки принятия решений.

Тема 1.1.1 Особенности современных адаптивных информационных технологий

Цель: Сформировать знания и умения в области современных адаптивных информационных технологий для решения прикладных задач.

Перечень изучаемых элементов содержания

Новые задачи педагогических коллективов в работе с обучающимся, относящимся к разным категориям лиц с ограниченными возможностями здоровья: создание атмосферы заинтересованности каждого обучающегося в работе группы; использование в ходе учебы дидактического материала и специальных устройств, наиболее доступных и значимых видов и форм учебного содержания.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие «доступные ИКТ» как весь спектр ассистивных и основных технологий и форматов
2. Состав «доступных ИКТ»:
    a) базовые технологии (компьютеры и мобильные телефоны, содержащие встроенные специальные возможности);
    b) ассистивные технологии (слуховые аппараты, программы чтения с экрана, адаптивные клавиатуры и т.д.);
    c) форматы доступа (HTML-доступ, книги DAISY (информационная система цифрового доступа) и т.д.)

Тема 1.1.2 Использование адаптированной компьютерной техники

Цель: Сформировать знания и умения в области современных адаптивных информационных технологий: программное обеспечение наиболее распространенных вариантов доступа к инклюзивному образованию.

Перечень изучаемых элементов содержания

Осуществление вызова на мобильный телефон через образовательную сеть «мобильное образование» или «m-обучение». Требование совместимости конкретной ассистивной технологии, например, слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном. Специальные компьютерные учебные программы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Прикладное программное обеспечение ассистивных технологий.
2. Совместимость слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном.
3. Просмотр веб-сайта с помощью «программы чтения с экрана».
4. Использование альтернативных средств коммуникации

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Интеграция ИКТ в инклюзивное образование.
2. Многоязычие: ключ к инклюзивному образованию в условиях информатизации общества.
3. Компьютеры и мобильные телефоны, содержащие встроенные специальные возможности.
4. Слуховые аппараты, программы чтения с экрана, адаптивные клавиатуры.
5. HTML-доступ, книги DAISY (информационная система цифрового доступа).
6. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние.
7. Современные экономические и социальные условия информатизации российского общества.
8. Современные культурные условия информатизации российского общества.
9. Роль библиотек в построении образования информационного общества.
10. Программные и аппаратные технологии Интернет-телефонии.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.1:

форма рубежного контроля – компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя

РАЗДЕЛ 1.2 Информационные и коммуникационные технологии как средства коммуникации

Цель: заключается в формировании у студентов компетенций, связанных с получением представления о современном состоянии и структуре рынка информационных ресурсов и технологий для осуществления коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

Дистанционные технологии в образовании: проблемы, возможности, перспективы развития. Электронное обучение. Перспективы развития адаптивных информационных технологий. Глобальные, базовые и прикладные информационные технологии. Современные адаптивные технические и программные средства телекоммуникации. Информационная технология как система.

Тема 1.2.1 Дистанционные образовательные технологии

Цель: заключается в формировании у студентов компетенций, связанных с получением представления о современном состоянии и структуре рынка адаптивных информационных ресурсов и технологий для осуществления коммуникаций при использовании дистанционных технологий.

Перечень изучаемых элементов содержания

Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития. Электронное обучение. Интернет курсы. Интернет тестирование. Интернет олимпиады. Использование адаптивных технологий в учебном процессе.

Вопросы для самоподготовки:

1. Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития. Понятие электронного обучения.
2. Зарегистрироваться в Российской Научной электронной библиотеке. Изучить «Руководство пользователя» Российской Научной электронной библиотеки

(http://elibrary.ru/manual_elibrary_for_user.pdf). Настроить свой персональный профиль. Изучить работу поисковой системы.

3. Роль сетевых технологий в формировании современной информационной среды.
4. Создание безбарьерной среды с использованием ИКТ в условиях образования учащихся с особыми образовательными потребностями.
5. Интернет курсы.
6. Интернет тестирование.
7. Интернет олимпиады.
8. Использование адаптивных технологий в учебном процессе

Тема 1.2.2 Технические и программные средства телекоммуникационных технологий

Цель: заключается в формировании у студентов компетенций, связанных с получением представления об использовании современных технических и программных средств телекоммуникации.

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие о современных технических и программных средствах телекоммуникации. Технические средства создания электронных документов. Технологии распознавания текста и обработки файлов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние. Рынок адаптивной образовательной информации.
2. Телекоммуникационные технологии: этапы эволюции.
3. Определение понятий «электронная библиотека», «цифровая библиотека», «виртуальная библиотека», «медиатека».
4. Объективные предпосылки создания и этапы развития электронных библиотек.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.2

Форма практического задания: реферат

Перечень тем рефератов к разделу 1:

1. Перспективы развития адаптивных информационных технологий.
2. Информационная безопасность и защита информации: определения и генезис.
3. Технологии виртуальной реальности.
4. Адаптивные возможности программных и технических средств презентационных технологий.
5. Технологии распознавания текста и обработки файлов.
6. Современные технологии передачи электронной информации в Интернет.
7. Назначение и сущность технологии телеконференций. Вебинар.
8. Состав технологических операций при проведении телеконференции в режимах on-line и off-line.
9. Использование систем искусственного интеллекта для развития адаптивных информационных технологий.
10. Законодательная охрана и правоприменительная практика.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1.2:

форма рубежного контроля – создать мультимедийную презентацию на тему « Структура и технология работы электронных библиотек в образовательном учреждении»

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет,** который проводится в **устной / письменной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Знать: инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов Уметь: планировать траекторию своего профессионального развития Владеть: навыками эффективного	Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	Знать: основные принципы сбора, отбора и обобщения информации Уметь: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности Владеть: практическим опытом работы с информационными источниками, опытом научного поиска, создания научных текстов.	Этап формирования знаний Этап формирования умений Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-6, ОПК-5	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов.	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе,

		Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.

УК-6, ОПК-5	Этап формирования умений	Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
УК-6, ОПК-5	Этап формирования навыков и получения опыта.	Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

МОДУЛЬ 1 (1 семестр)

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

1. Новые задачи педагогических коллективов в работе с обучающимся, относящимся к разным категориям лиц с ограниченными возможностями здоровья.
2. Понятие «доступные ИКТ».
3. Состав «доступных ИКТ», общая характеристика.
4. Базовые адаптивные информационные технологии в образовании.
5. Ассистивные технологии образования.
6. Форматы доступа к информации, используемые в инклюзивном образовании.
7. Дистанционные технологии в системе образования.
8. Адаптивное программное обеспечение наиболее распространенных вариантов доступа к образованию, общая характеристика.
9. «Мобильное образование» или «m-обучение» в системе инклюзивного образования.
10. Совместимость слухового аппарата или других средств с мобильным телефоном.
11. Просмотр веб-сайта с помощью «программы чтения с экрана».
12. Использование альтернативных средств коммуникации
13. Инклюзивные веб-технологии.
14. Специальные адаптивные компьютерные учебные программы для образования.
15. Облачные вычисления в инклюзивном образовании.
16. Прикладное программное обеспечение ассистивных технологий, доступное с любого компьютера через интернет.
17. Использование адаптированной компьютерной техники. Использование адаптивных устройств ввода и вывода информации.
18. Использование специального программного обеспечения для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата.
19. Организация индивидуального информационного пространства. Использование альтернативных средств коммуникации.
20. Всемирная паутина. Поисковые системы.
21. Возможности робототехники и сенсорики в адаптации людей с ограниченными возможностями здоровья.
22. Интеграция адаптивных ИКТ в образование.
23. Многоязычие: ключ к инклюзивному образованию в условиях информатизации общества.
24. Компьютеры и мобильные телефоны, содержащие встроенные специальные возможности.
25. Слуховые аппараты - общая характеристика.
26. Программы чтения с экрана, адаптивные клавиатуры.
27. HTML-доступ, книги DAISY (информационная система цифрового доступа).
28. Информационный рынок: определение, становление, современное состояние.
29. Современные экономические и социальные условия информатизации российского общества.
30. Современные культурные условия информатизации российского общества.
31. Роль библиотек в построении информационного общества.
32. Программные и аппаратные технологии Интернет-телефонии.
33. Дистанционные образовательные технологии: проблемы, возможности, перспективы развития.
34. Понятие электронного обучения.
35. Роль сетевых технологий в формировании современной информационной среды.
36. Создание безбарьерной среды с использованием ИКТ в условиях образования учащихся с особыми образовательными потребностями.
37. Интернет курсы.

38. Интернет тестирование.
39. Интернет олимпиады.
40. Использование адаптивных технологий в учебном процессе
41. Определение понятий «электронная библиотека», «цифровая библиотека», «виртуальная библиотека», «медиатека».
42. Объективные предпосылки создания и этапы развития электронных библиотек
43. Информационная безопасность и защита информации: определения и генезис.
44. Технологии виртуальной реальности.
45. Адаптивные возможности программных и технических средств презентационных технологий.
46. Технологии распознавания текста и обработки файлов.
47. Современные технологии передачи электронной информации в Интернет.
48. Назначение и сущность технологии телеконференций. Вебинар.
49. Состав технологических операций при проведении телеконференции в режимах on-line и off-line.
50. Использование систем искусственного интеллекта для развития адаптивных информационных технологий.
51. Построение системы с использованием информационных технологий.
52. Интеллектуализация информационных технологий.
53. Приоритетные технологии информационного общества.
54. Проблема формирования единого информационного пространства.
55. Информационная среда как новая среда обитания человека.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Советов, Б. Я. Информационные технологии : учебник для вузов / Б. Я. Советов, В. В. Цехановский. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 327 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00048-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468634 (дата обращения: 29.06.2021).

2. Трофимов, В. В. Информационные технологии в 2 т. Том 1 : учебник для вузов / В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 238 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01935-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/470707 (дата обращения: 29.06.2021).

3. Трофимов, В. В. Информационные технологии в 2 т. Том 2 : учебник для вузов / В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 390 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01937-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/470708 (дата обращения: 29.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469320 (дата обращения: 29.06.2021).

2. Демин, А. Ю. Информатика. Лабораторный практикум : учебное пособие для вузов / А. Ю. Демин, В. А. Дорофеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 131 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08366-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/470187 (дата обращения: 29.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека «Grebennikon»	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «*Адаптивные информационно-коммуникационные технологии*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы учебной дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий

по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа к Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека «Grebennikon»	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины *«Адаптивные информационно-коммуникационные технологии»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии) демонстрационными печатными пособиями (указать какими, например, таблицы «Основная грамматика английского языка»), экранно-звуковыми средствами обучения (указать какими, например, CD «Разговорный английский»), демонстрационными материалами (указать какими, например, комплект демонстрационных материалов (фолий) «Страноведение. США»), видеофильмами DVD (указать какими).

Лабораторные занятия проводятся лабораторный занятий в **лаборатории,** оснащенной специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет персональные компьютеры с установленным программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины *«Адаптивные информационно-коммуникационные технологии»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины *«Адаптивные информационно-коммуникационные технологии»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины *«Адаптивные информационно-коммуникационные технологии»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Адаптивные информационно-коммуникационные технологии»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий.

В рамках учебной дисциплины *«Адаптивные информационно-коммуникационные технологии»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** предусмотрено освоение дисциплины (модуля) «*Адаптивные информационно-коммуникационные технологии*» с применением информационно-

телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Порядок применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины (модуля) «*Адаптивные информационно-коммуникационные технологии*» осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в Российском государственном социальном университете.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Маркетинговые коммуникации*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Маркетинговые коммуникации*» разработана: к.с.н., доцент факультета управления Кабанова Е.Е.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы кандидат социологических наук, доцент факультета управления _____ Т.А. Евстратова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления

Протокол № _11__ от «_27__» __мая_ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 8

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 12

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 12

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 15

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 15

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 29

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 29

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 31

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 32

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 32

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 36

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 36

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 37

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 37

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 39

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 36

5.6 Образовательные технологии 40

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «*Маркетинговые коммуникации*» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе маркетинговых коммуникаций, элементов и их взаимосвязью, приобретение знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом, личными продажами.

Задачи дисциплины (модуля):

– научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

– научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;

– уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Маркетинговые коммуникации»* реализуется в *части, формируемой участниками образовательных отношений* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02«Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Маркетинговые коммуникации»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Социально-психологические основы управления», «Основы медиации в управлении», «Система государственного и муниципального управления».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Социальные и коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении», «Управление территориальными сообществами и земельными ресурсами».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Маркетинговые коммуникации»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: УК-3; УК-4, ПК-3 в соответствии с основной профессиональной

образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; УК-3.3. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат	*Знать:* роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; *Уметь:* при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников *Владеть:* нормами и установленными правила командной работы; несет личную ответственность за результат
	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) УК-4.2. Ведет деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); УК-4.3. Владеет способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; представляет результаты своей деятельности на государственном языке	*Знать:* обмен деловой информацией в устной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) *Уметь:* вести деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); *Владеть:* способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной

			Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	среды; представляет результаты своей деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Общепрофессиональная компетенция (Профессиональная этика	**ПК-3**	ПК-3 способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей *Уметь:* разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей *Владеть:* маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 6 и 7 семестре, составляет _7_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет* и экзамен

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		6	7	
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**96**	36	60	
Учебные занятия лекционного типа	18	8	10	
Практические занятия	32	12	20	
Лабораторные занятия				

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Иная контактная работа	**46**	16	30	
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**111**	27	84	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**45**	**9**	**36**	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**252**	**72**	**180**	

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**		
		6	7	
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	84	24	60	
Учебные занятия лекционного типа	14	4	10	
Практические занятия	28	8	20	
Лабораторные занятия				
Контактная работа в ЭИОС				
Иная контактная работа	**42**	12	30	
Самостоятельная работа обучающихся, всего	123	39	84	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**45**	**9**	**36**	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**252**	**72**	**180**	

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**		
		6	7	
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	84	24	60	
Учебные занятия лекционного типа	14	4	10	
Практические занятия	28	8	20	
Лабораторные занятия				
Контактная работа в ЭИОС				
Иная контактная работа	**42**	12	30	
Самостоятельная работа обучающихся, всего	123	39	84	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**45**	**9**	**36**	

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**252**	**72**	**180**	

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**							
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**					
			Всего	**Лекционные занятия**	**Семинарские/ практические занятия**	**Лабораторные занятия**	**Иная контактная работа**	
							Всего	**Практическая подготовка**
Раздел 1. Современные маркетинговые коммуникации как социальный институт и вид бизнеса	29	15	14	2	6		6	
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	32	16	16	4	6		6	
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	32	16	16	4	6		6	
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	30	16	14	2	6		6	
Раздел 5. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет	30	16	14	2	6		6	
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	32	16	16	2	6		8	
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	34	16	18	2	8		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Общий объем, часов	**252**	**111**	**108**	**18**	**32**		46	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Современные маркетинговые коммуникации как социальный институт и вид бизнеса	29	15	14	2	6		6	
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	32	16	16	4	6		6	
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	32	16	16	4	6		6	
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	30	16	14	2	6		6	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 5. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет	30	16	14	2	6		6	
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	32	16	16	2	6		8	
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	34	16	18	2	8		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**252**	**111**	**108**	**18**	**32**		46	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Современные маркетинговые коммуникации как	29	15	14	2	6		6	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
социальный институт и вид бизнеса								
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	32	16	16	4	6		6	
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	32	16	16	4	6		6	
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	30	16	14	2	6		6	
Раздел 5. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет	30	16	14	2	6		6	
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	32	16	16	2	6		8	
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	34	16	18	2	8		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**252**	**111**	**108**	**18**	**32**		46	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Современные маркетинговые коммуникации как социальный институт и вид бизнеса	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Современные маркетинговые коммуникации как социальный институт и вид бизнеса	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Современные маркетинговые коммуникации как социальный институт и вид бизнеса	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2		2	Компьютерное тестирование

					Расчетное практическое задание		
Раздел 5. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1. Современные маркетинговые коммуникации как социальный институт и вид бизнеса

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 1.1. Теоретические аспекты маркетинговых коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Коммуникация. Маркетинговые коммуникации. Комплекс коммуникаций. Вербальные коммуникации. Невербальные коммуникации. Внутренние коммуникации. Внешние коммуникации. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Централизованные глобальные коммуникации. Децентрализованные глобальные коммуникации. Управление маркетинговыми коммуникациями.

Вопросы для самоподготовки:

1. Маркетинговые коммуникации: основные понятия и инструменты.
2. Виды коммуникаций.
3. Основные задачи маркетинговых коммуникаций.
4. Коммуникативная деятельность: основные понятия и сущность.
5. Интегрированные маркетинговые коммуникации: сущность и основные понятия.
6. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями.
7. Критерии коммуникационной модели маркетинга.
8. Централизованные и децентрализованные глобальные коммуникации.

Тема 1.2. Стратегии управления маркетинговыми коммуникациями

Перечень изучаемых элементов содержания

Стратегия. Коммуникационные связи организации. Формирование стратегии. Потребительская кооперация. Стратегическое управление.

Вопросы для самоподготовки:

1. Характеристика элементов маркетинговых коммуникаций.
2. Стратегия маркетинговых коммуникаций: содержание и особенности.
3. Процесс формирования стратегии.
4. Задачи разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.
5. Иерархия формирования и реализации стратегии развития организаций потребительской кооперации.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: расчётное практическое задание

Примерные задания:

1. Приведите пример маркетинговой и немаркетинговой коммуникации. Продумайте элементы эффективной маркетинговой коммуникации.
2. Выберите рекламное объявление из газеты.

   Определите:

   кто его отправитель,

   кто может быть его получателем,

   каким образом оно закодировано,

   существующие шумовые помехи,

   какие способы обратной связи можно использовать.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)На этапе внедрения жизненного цикла товара целью маркетинговых коммуникаций является…….:

(?)создание широкой осведомленности

(?)стимулирование широкого опробования и использования продукта

(?)поощрение частоты использования

(?)минимальная поддержка для обеспечения всех возможных продаж

Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 2.1. Особенности и содержание рекламы как главного инструмента маркетинговых коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Реклама. Роль рекламы. Рекламный рынок. ATL (Above the Line). BTL (Below the Line). Медиапланирование. Тизерная реклама. Рекламные заповеди.

Вопросы для самоподготовки:

1. Структура рекламного рынка.
2. Реклама — главный инструмент маркетинговых коммуникаций.
3. 10 рекламных заповедей.
4. Основные функции рекламы.
5. Задачи рекламы.
6. Маркетинговая роль рекламы.
7. Коммуникационная роль рекламы.
8. Экономическая роль рекламы.
9. Социальная роль рекламы.
10. Политическая роль рекламы.
11. Цель рекламной коммуникации.

Тема 2.2. Основные категории и понятия рекламной деятельности

Перечень изучаемых элементов содержания

Рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Рекламное агентство. Рекламополучатель. Группа целевого воздействия. Рекламный слоган. Товарный знак. Фирменный блок. Фирменный стиль. Печатная реклама. Коммерческое предложение. Реклама в прессе.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и основы рекламной деятельности.
2. Основные категории рекламной деятельности.
3. Сущность и особенности рекламного слогана.
4. Что такое товарный знак?
5. Фирменный стиль: особенности и содержание.
6. Характеристика фирменного блока.
7. Рекламный процесс: основные понятия и сущность.
8. Функции участников рекламного процесса.
9. Социально-психологические аспекты рекламных коммуникаций.
10. Психология рекламы.
11. Формы рекламной деятельности.
12. Печатная реклама: виды и содержание.
13. Реклама в прессе.
14. Этапы подготовки рекламного сообщения в прессе.
15. Аудиовизуальная реклама.
16. Радиореклама.
17. Телевизионная реклама.
18. Основные этапы организации телерекламы.
19. Наружная реклама.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

Группа студентов длится на команды по 3-4 человека. Каждая команда разрабатывает макет печатного рекламного сообщения для решения определенных задач.

Класс типов задач	Типовая задача
Информирование	Привлечь внимание к ОР, Сделать неизвестным ОР известным Запомнить ОР
Позиционирование	Показать, что свойства ОР соответствуют особенностям потребностей ЦА Сделать ОР понятным, «своим» Сформировать оценку по поводу ОР Показать новизну товара

Отстройка от конкурентов	Переключить внимание ЦА с аналогичных товаров на ОР Выделить ОР из других ему подобных (сделать его отличным от других)
Возвышение имиджа	Подтвердить, поддержать сложившееся мнение о ОР Ознакомить с деталями ОР, ранее известными ЦА Создать положительное настроение по отношению к ОР Возвысить мнение о ОР
Контрреклама	Отвлечь внимание ЦА от нежелательных оценок и эмоций по отношению к ОР Скорректировать мнение ЦА о ОР Сформировать негативные оценки и эмоции по отношению к товарам, маркам, фирмам конкурентов
Антиреклама	Снизить избыточный спрос

ОР – объект рекламы, ЦА –целевая аудитория. Далее каждая группа по очереди проводит презентацию своей работы, а остальные группы оценивают работу.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)К преимуществам телевизионной рекламы относятся……..:
(?)небольшая стоимость размещения рекламы
(?)бесполезная аудитория
(?)яркое представление информации
(?)широкий охват аудитории

Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 3.1. Стимулирование сбыта и продаж в системе маркетинговых коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Стимулирование сбыта. Распространение образцов товара. Купоны. Льготная цена. Сувениры. Конкурсы. Демонстрация товара. Лотерея. Скидки. Дегустация. Дисконтные программы. Бонусная программа.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность стимулирования сбыта и продаж.
2. Преимущества стимулирвания сбыта.
3. Раскрыть основные методы стимулирования сбыта.
4. Матрица приемов стимулирования сбыта и продаж.
5. Как скидки влияют на стимулирование сбыта и продаж?
6. Подарок за покупку: преимущества и недостатки.
7. Дисонтные программы: сущность и влияние на стимулирование сбыта и продаж.
8. Как бонусная программа влияет на стимулирование сбыта и продаж?
9. Правовое обеспечение сбыта.

Тема 3.2. Организация интернет-площадок для осуществления сбыта товаров

Перечень изучаемых элементов содержания

Интернет. Интернет-маркетинг. Сайт. Интернет-аудитория. Интернет-коммерция. Off-line-бизнес.

Вопросы для самоподготовки:

1. Бизнес-модели сайта.
2. Что обозначает интернет-аудитория?
3. Off-line-бизнес: сущность и особенности.
4. Основные стратегии перехода от on-line к off-line и от off-line к on-line
5. Стратегия создания корпоративных проектов.
6. Сравнительный анализ преимуществ Интернета по сравнению с другими рекламными медиа.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Сущность стимулирования сбыта и продаж.
2. Преимущества стимулирвания сбыта.
3. Раскрыть основные методы стимулирования сбыта.
4. Матрица приемов стимулирования сбыта и продаж.
5. Как скидки влияют на стимулирование сбыта и продаж?
6. Подарок за покупку: преимущества и недостатки.
7. Дисонтные программы: сущность и влияние на стимулирование сбыта и продаж.
8. Как бонусная программа влияет на стимулирование сбыта и продаж?

9. Правовое обеспечение сбыта.
10. Бизнес-модели сайта.
11. Что обозначает интернет-аудитория?
12. Off-line-бизнес: сущность и особенности.
13. Основные стратегии перехода от on-line к off-line и от off-line к on-line
14. Стратегия создания корпоративных проектов.
15. Сравнительный анализ преимуществ Интернета по сравнению с другими рекламными медиа.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??) В каких случаях особенно эффективно применение купонажа?

(?) в момент выпуска нового товара на рынок;

(?) в момент повторного выпуска на рынок какого-либо товара, сбыт которого переживает застой;

(?) в момент, когда товар переживает «бум»;

(?) все ответы верны.

Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 4.1. PR в системе маркетинговых коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

Public Relations (PR). Политический PR. Торговый PR. Медиа- PR. Общественное мнение. Целевые аудитории. Прямой маркетинг.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность Public Relations (PR).
2. Цели и задачи PR.
3. Роль и место public relations в маркетинговой деятельности.

4. PR как инструмент маркетинга.
5. Сравнительные характеристики рекламы и PR.
6. Основные средства организации связей с общественностью
7. Классификация PR-технологий.

Тема 4.2. Организация и планирование связей с общественность

Перечень изучаемых элементов содержания

PR-кампании. Планирование. PR-обращение. Ресурсы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные этапы планирования связей с общественностью.
2. Функции планирования PR.
3. Элементы планирования и реализации PR.
4. Виды планов PR.
5. Планирование работы PR-отдела.
6. Специальные события в PR-кампании.
7. Технология создания PR-событий
8. PR-обращение.
9. Разновидности и особенности PR-текстов.
10. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема коммуникации.
11. Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов.
12. Реализация PR-кампании: учет и контроль.
13. PR-кампания как проект и объект проектного менеджмента.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

Составление пресс-релиза. Для заданных ситуаций определите стратегию PR: определите возможную аудиторию, выберите коммуникационные средства для размещения пресс-релиза. Составьте краткий пресс-релиз.

Исходные ситуации:

1. Предприятие завершило выполнение крупнейшего заказа на поставку своей мебели в рестораны быстрого питания (бренд), расположенные по всей территории России. Получение новых заказов такого масштаба пока не предполагается. Предприятие вынуждено вдвое сократить свой штат.

2. Часть тракторного завода приватизирована и выкуплена его руководством, которое создало совместное с Венгрией предприятие по производству автобусных коробок передач для продажи их в Венгрии, России и Восточной Европе. Оно планирует со временем освоить и другие международные рынки.

3. Видный деятель правительства приезжает с визитом на градообразующее предприятие. Это событие происходит за неделю до выборов в органы местного управления.

4. Сотрудница российского государственного силового ведомства отказывается от годичного контракта, связанного со статусом «Мисс мира», который она завоевала в текущем году. Такой отказ связан с расторжение контракта, предусматривающим участие победительницы в серии публичных мероприятий и наносит прямой и косвенный ущерб устроителям конкурса.

5. Приватизированное предприятие со штатом 1000 человек и являющееся градообразующим выкуплено компанией, по слухам, принадлежащей известному финансовому олигарху. Вновь назначенное высшее руководство предприятия намечает кардинальные реформы, в том числе перепрофилирование, смену менеджмента и сокращение 450 работающих.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Целью PR является……:

Одиночный выбор

(?)завоевание выгодных сегментов рынка;

(?)материальное стимулирование труда.

(!)установление двустороннего общения и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности

(?)все ответы верны

Раздел 5. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 5.1. Интернет-маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Продвижение продукции. Интернет. Сайт. Каталог сайта. Медийная реклама. Вирусные ролики. Вирусная реклама. Rich-media. Банер в Интернете. Вебинар.

Вопросы для самоподготовки:

1. Традиционные способы продвижения продукции в Интернете.
2. Поисковая оптимизация и продвижение сайта.
3. Текстовая реклама в Интернете.
4. Поисковые систем как инструмент маркетинговых коммуникаций.
5. Каталоги и рубрикаторы сайтов.
6. Контекстная реклама как вид размещения интернет-рекламы.
7. Медийная реклама в Интернете.
8. Баннер в Интернете.
9. Rich-media.
10. Инновационные технологии продвижения продукции в Интернете.
11. Продвижение сайта в социальных медиа.
12. Вирусный маркетинг.

Тема 5.2. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях

Перечень изучаемых элементов содержания

Социальные сети. Социальные медиа. Твиттер. Нестандартное продвижение. Персональный брендинг. Репутационный менеджмент. Блогер. Дижитал-маркетинг. Наттивная реклама. Перформанс-маркетинг.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое социальные сети?
2. Маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
3. Десять важных составляющих маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
4. Построение сообществ бренда.
5. Работа с блогосферой.
6. Корпоративный блоггинг.
7. Твиттер: возможноси и особенности
8. Персональный брендинг.
9. Нестандартная маркетинговая активность в социальных сетях.
10. Управление репутацией.
11. Особенности интернет как медиа носителя.
12. Понятие и возможности дижитал-маркетинга.
13. Мобильный маркетинг в России и за рубежом.
14. Наттивная реклама и перформанс-маркетинг.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем:

1. Традиционные способы продвижения продукции в Интернете.
2. Поисковая оптимизация и продвижение сайта.
3. Текстовая реклама в Интернете.
4. Поисковые систем как инструмент маркетинговых коммуникаций.
5. Каталоги и рубрикаторы сайтов.
6. Контекстная реклама как вид размещения интернет-рекламы.

7. Медийная реклама в Интернете.
8. Баннер в Интернете.
9. Rich-media.
10. Инновационные технологии продвижения продукции в Интернете.
11. Продвижение сайта в социальных медиа.
12. Вирусный маркетинг.
13. Что такое социальные сети?
14. Маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
15. Десять важных составляющих маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
16. Построение сообществ бренда.
17. Работа с блогосферой.
18. Корпоративный блоггинг.
19. Твиттер: возможноси и особенности
20. Персональный брендинг.
21. Нестандартная маркетинговая активность в социальных сетях.
22. Управление репутацией.
23. Особенности интернет как медиа носителя.
24. Понятие и возможности дижитал-маркетинга.
25. Мобильный маркетинг в России и за рубежом.
26. Наттивная реклама и перформанс-маркетинг.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение

Одиночный выбор

(?)Поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину

(?)Поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google

(?)Поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт

(?)Поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов

Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 6.1. Правовое поле рекламной и PR-деятельности

Перечень изучаемых элементов содержания

Правовое поле. Потребители. Общественные организации. Государство. Правовое регулирование в сфере массовой информации. Законодательство о выборах. Правовое регулирование в сфере коммерческой и государственной тайны. Правовое регулирование при проведении рекламных кампаний, разработке фирменного стиля, логотипа, бренда. Федеральный закон "О рекламе"

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие «правовое поле».
2. Субъекты и объекты правового поля.
3. Основные субъекты правового поля рекламной и PR-деятельности.
4. Роль потребителя, как адресата рекламных обращений.
5. Основные объекты государственного регулирования рекламы.
6. Правовое регулирование PR-технологий.
7. Федеральный закон "О рекламе": сущность и основные положения.

Тема 6.2. Корпоративная социальная ответственность и фандрайзинг

Перечень изучаемых элементов содержания

Социальная ответственность. Фандрайзинг. Фонды. Государственные организации. Коммерческие организации. Частные лица. Инвесторы. Спонсоры. Доноры. Меценаты. Грантодатели. Ассоциация фандрайзеров.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое корпоративная социальная ответственность?
2. Из чего складывается корпоративная социальная ответственность?
3. Корпоративная социальная ответственность как залог устойчивого развития бизнеса.
4. Как компании реализовывают принципы корпоративной социальной ответственности?
5. Основные формы реализации социальных программ
6. Фандрайзинг: понятие и сущность.
7. Из чего состоит фандрайзинговый цикл?
8. Основные принципы фандрайзинга.
9. Для каких целей используется фандрайзинг?
10. Виды фандрайзинга.
11. Источники фандрайзинга.

12. Фандрайзинг в России: реалии и возможности.
13. Фандрайзинг в США.
14. Фандрайзинг в Европе.
15. Ассоциация фандрайзеров.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем:

1. Понятие «правовое поле».
2. Субъекты и объекты правового поля.
3. Основные субъекты правового поля рекламной и PR-деятельности.
4. Роль потребителя, как адресата рекламных обращений.
5. Основные объекты государственного регулирования рекламы.
6. Правовое регулирование PR-технологий.
7. Федеральный закон "О рекламе": сущность и основные положения.
8. Что такое корпоративная социальная ответственность?
9. Из чего складывается корпоративная социальная ответственность?
10. Корпоративная социальная ответственность как залог устойчивого развития бизнеса.
11. Как компании реализовывают принципы корпоративной социальной ответственности?
12. Основные формы реализации социальных программ
13. Фандрайзинг: понятие и сущность.
14. Из чего состоит фандрайзинговый цикл?
15. Основные принципы фандрайзинга.
16. Для каких целей используется фандрайзинг?
17. Виды фандрайзинга.
18. Источники фандрайзинга.
19. Фандрайзинг в России: реалии и возможности.
20. Фандрайзинг в США.
21. Фандрайзинг в Европе.
22. Ассоциация фандрайзеров.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Разработчиков программ корпоративной социальной ответственности интересует прежде всего…….:

Одиночный выбор

(?)наращивание нематериальных активов.

(?)получение прибыли

(?)получение дополнительных выгод

(?)верны все утверждения

Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 7.1. Понятие коммуникации внутриорганизационного маркетинга

Перечень изучаемых элементов содержания

Внутрикорпоративные коммуникации. Внутренняя аудитория. Внешняя аудитория. Листки новостей. Корпоративные праздники. Корпоративное обучение. Неформальные встречи с руководством. Собрания.

Вопросы для самоподготовки:

1. Внутрикорпоративные коммуникации: содержание и особенности.
2. Объекты внутрикорпоративных коммуникаций.
3. Задачи построения внутрикорпоративных коммуникаций.
4. Формирование эффективных корпоративных внутренних коммуникаций.
5. Структура внутрикорпоративных коммуникаций.
6. Инструменты взаимодействия с внутренней общественностью.

Тема 7.2. Организация коммуникационного процесса в деятельности фирм Перечень изучаемых элементов содержания

Коммуникационный процесс. Корпоративная миссия. Командный дух. Корпоративная культура. team building. team spirit. Внутренний PR. Корпоративный кодекс.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные компоненты коммуникационного процесса.
2. Корпоративная миссия: содержание и структура.
3. Как формулируется миссия?
4. Основные цели построения системы средств внутрикорпоративных коммуникаций.
5. Технология построения внутрикорпоративных коммуникаций.
6. Корпоративная культура: основные понятия и сущность.
7. Организация системы внутреннего PR.
8. Типология мероприятий внутреннего PR.
9. Создание системы внутреннего PR.
10. Для чего нужен корпоративный кодекс?
11. Оценка эффективности системы внутрикорпоративных коммуникаций.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 7

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Примеры заданий:

1. Разработать концепцию сценария и информационное обеспечение корпоративного мероприятия: презентация, выставка (на выбор), юбилей фирмы, празднование Нового года и т.д.
2. Исследовать на примере конкретной организации практику создания корпоративного бренда.
3. Проанализировать практику действующей компании по организации внутрикорпоративного информационного отдела, построения каналов внутрикорпоративной информации

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Коммуникации, возникающие между коллегами внутри отделов, между линейными менеджерами, между структурами холдингов, называются …….:

Одиночный выбор

(?)Горизонтальными

(?)Вертикальными

(?)Координационными

(?)Восходящими

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	*Знать:* роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;	Этап формирования знаний
		Уметь: при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников	Этап формирования умений
		Владеть: нормами и установленными правила командной работы; несет личную ответственность за результат	Этап формирования навыков и получения опыта
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	*Знать:* обмен деловой информацией в устной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Этап формирования знаний
		Уметь: вести деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	Этап формирования умений
		Владеть: способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; представляет результаты своей деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при	Этап формирования умений

	маркетинговой деятельностью организации	изучении поведения потребителей	
		Владеть: маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-3, УК-4, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.

УК-3, УК-4, ПК-3	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
УК-3, УК-4, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие о коммуникациях и участниках коммуникативного процесса.
2. Система маркетинговых коммуникаций.
3. Этапы развития маркетинговых коммуникаций.
4. Сущность мотивации коммуникативных процессов.
5. Эффективность коммуникационных стратегий предприятия и ее оценка.

6. Маркетинговые коммуникации, как набор эффективных способов воздействия на управляемые факторы внешней и внутренней среды предприятия.
7. Маркетинговые коммуникации и задачи формирования спроса и стимулирования сбыта и продаж.
8. Целевые контактные аудитории и задачи предприятия в системе маркетинговых коммуникаций.
9. Инструментарий коммуникативной политики. Средства и носители коммуникаций.
10. Содержание коммуникативного «микса». Особенности коммуникативных «миксов», используемых для различных групп товаров.
11. Содержание рекламы, механизм её воздействия на потребителей.
12. Исторический очерк развития рекламы.
13. Особенности развития рекламы в СССР и в современной России.
14. Классификация рекламы. Виды рекламы.
15. Рекламные средства и носители.
16. Функции рекламы.
17. Уникальное торговое предложение (УТП) в рекламе.
18. Понятие об ATL- и BTL-рекламе. Их содержание, особенности и перспективы развития
19. Критерии оптимального выбора рекламных средств.
20. Содержание и структура рекламного рынка; его участники и инфраструктура.
21. Российский рынок рекламы. Современное состояние и тенденции развития.
22. Регулирование и планирование рекламной деятельности.
23. Правовое регулирование рекламной деятельности. Федеральный Закон «О рекламе»
24. Реклама на телевидении. Содержание, особенности, достоинства и недостатки.
25. Радиореклама. Содержание, особенности, достоинства и недостатки.
26. Реклама в Интернете.
27. Печатная (полиграфическая) реклама. Особенности, достоинства и недостатки.
28. Реклама в прессе. Характеристики изданий. Реклама в газетах и журналах.
29. Реклама на транспорте. Содержание, особенности, используемые средства
30. Сувенирная реклама. Виды, особенности, достоинства и недостатки.
31. Требования федерального Закона «О рекламе» к организации, содержанию и качеству рекламы.
32. Недобросовестная, недостоверная и неэтичная реклама.
33. Рекламные агентства. Виды, структура. Роль на рекламном рынке.
34. Организация деятельности рекламного агентства.
35. Эффективность рекламы. Экономическая, коммуникационная и психологическая эффективность: критерии и методики оценок.
36. Рекламные кампании как основа рекламной деятельности.
37. Понятие о брэндинге и его задачах.
38. Составляющие элементы брэндинга. Фирменный стиль.
39. Товарный знак как основной элемент фирменного стиля. Разработка и использование товарных знаков.
40. Брендинг на российском рынке. Значение конкурсов «Бренд года» и «Народная марка».
41. Основные стратегии развития бренда (торговой марки).
42. Модели недобросовестного поведения в сфере брендинга.
43. Способы защиты от недобросовестного поведения в сфере брендинга.
44. Понятие о public relations (PR). Направления, цели, и средства PR.
45. Исторический очерк развития public relations.
46. Соотношение и взаимосвязи маркетинга, рекламы и PR.
47. Планирование public relations.
48. PR-кампании: разработка и проведение.
49. Формы деловых коммуникаций

50. Ведение деловых переговоров и этика делового общения.
51. Dress-code в бизнесе.
52. Стимулирование сбыта. Его содержание и условия применения.
53. Приемы и средства стимулирования сбыта.
54. Стимулирование продавцов и посредников.
55. Разработка комплексной программы стимулирования сбыта.
56. Выставки и ярмарки. Классификация. Роль в маркетинговых коммуникациях.
57. Организационная работа по подготовке и проведению выставки (ярмарки).
58. Упаковка товара как вид маркетинговой коммуникации.
59. Личная продажа как средство коммуникаций.
60. Прямой маркетинг и его современное развитие.
61. Использование спонсоринга в маркетинговых коммуникациях.
62. Продакт-плейсмент.
63. Электронная торговля как элемент личных продаж.
64. Федеральный закон "О рекламе".

Аналитическое задание

1. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций.
2. Методы установления общего бюджета продвижения.
3. Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.
4. Определение рекламы.. Реклама, ее основные черты – коммуникационные характеристики. Цели, функции и задачи рекламы.
5. Модель рекламного процесса.
6. Классификация рекламы в зависимости: от рекламодателя, от объекта рекламы, от целей, от содержания, от предмета рекламы, от зоны распространения, от используемых средств.
7. Рекламная стратегия. Анализ результативности рекламы.
8. Рекламное воздействие. Уровни психологического воздействия рекламы.
9. Рекламный заголовок, его задачи и требования к нему.
10. Рекламный текст, структура, модели, этапы разработки, основные правила учитываемые при его создании.
11. Изобразительные элементы в рекламе, функции изобразительных элементов, требования к изобразительным элементам.
12. Средство рекламы – понятие. Носитель рекламы – понятие.
13. Характеристика основных средств рекламы: преимущества, недостатки, области применения, требования.
14. Факторы, учитываемые при выборе средств рекламы. Методики выбора средств рекламы.
15. Фирменный стиль. Фирменный блок. Стандартный комплекс фирменного стиля. Стилеобразующие компоненты. Носители фирменного стиля. Процесс разработки фирменного стиля.
16. Имидж фирмы (товара). Составляющие внешнего имиджа. Значимость формирования внутреннего имиджа фирмы. Порядок формирования имиджа.
17. Выставки и ярмарки, их виды. Организация и планирование участия в выставках и ярмарках.
18. Брендинг. Понятие «бренда» и особенности рекламной деятельности в области брендинга. Формирование бренда и управление им.
19. Спонсорство, понятие. Организация и планирование деятельности в области спонсорской деятельности.

20. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж. Деятельность по их организации.
21. Виды контроля рекламы. Аудит и мониторинг рекламы.
22. Понятие и особенности СТИС.
23. Цели стимулирования продаж.
24. Объекты и приемы содействия продаж.
25. Ценовые и неценовые приемы стимулирование сбыта.
26. Деятельность рекламного агентства.
27. Определение бюджета рекламы.
28. Методы определения эффективности рекламы.
29. Сущность стратегии стимулирования сбыта.
30. Стимулирование сбыта в торговле: торговый персонал.
31. Стимулирование потребителей.
32. Стимулирование сбыта в торговле: посредники.
33. Определение бюджета стимулирования продаж.
34. Определение эффективности стимулирования продаж.
35. Сущность связей с общественностью (ПР).
36. Виды программ паблик рилешнз.
37. Управление паблик рилейшнз.
38. Инструменты паблик рилейшнз
39. Пресс-конференция.
40. Определение бюджета и эффективности паблик рилейшнз.
41. Прямой маркетинг: сущность, достоинства и недостатки.
42. Процесс прямого маркетинга.
43. Средства доставки информации в прямом маркетинге.
44. Телефонный маркетинг.
45. Определение бюджета и эффективности прямого маркетинга.
46. Личные продажи: сущность, достоинства и недостатки.
47. Виды личных продаж.
48. Процесс личных продаж.
49. Работа торгового агента.
50. Презентация товара (услуги).
51. Визуальная поддержка презентаций.
52. Определение бюджета личных продаж.
53. Определение эффективности личных продаж.
54. Определение типа личности клиента.
55. Виды сенсорных каналов человека.
56. Состояние личности в коммуникации.
57. Психогеометрические характеристики покупателей и клиентов.
58. Типологизация посетителей выставок.
59. Невербальные коммуникации в маркетинге.
60. Мимика и взгляд в невербальной коммуникации.
61. Язык телодвижений в коммуникации.
62. Паралингвистические и экстралингвистические средства в коммуникации.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе

оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469011 (дата обращения: 20.06.2021).

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477307 (дата обращения: 20.06.2021).

3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477312 (дата обращения: 20.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

6. _ Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/484940 (дата обращения: 20.06.2021).

7. _ Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/479369 (дата обращения: 20.06.2021).

8. _ Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/482662 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	http://ebiblioteka.ru/
5.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/
6.	Международный индекс научного цитирования "Web of Science"	Поисковая интернет-платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций. Web of Science охватывает материалы по естественным, техническим, общественным, гуманитарным наукам и искусству.	http://webofknowledge.com
7.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Маркетинговые коммуникации*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении

рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической	https://urait.ru/

		литературе по различным дисциплинам.	
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	http://ebiblioteka.ru/
5.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/
6.	Международный индекс научного цитирования "Web of Science"	Поисковая интернет-платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций. Web of Science охватывает материалы по естественным, техническим, общественным, гуманитарным наукам и искусству.	http://webofknowledge.com
7.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Маркетинговые коммуникации»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Маркетинговые коммуникации»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Маркетинговые коммуникации»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Маркетинговые коммуникации»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Маркетинговые коммуникации»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Маркетинговые коммуникации»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью Менеджмент,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФРЕНДИНГ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Френдинг*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Френдинг*» разработана: к.с.н., доцент факультета управления Кабанова Е.Е.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы кандидат социологических наук, доцент факультета управления _____ Т.А. Евстратова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» __мая_ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 8

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 11

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 14

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 14

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 28

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 28

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 30

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 31

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 31

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 35

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 35

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 36

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 36

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 38

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 35

5.6 Образовательные технологии 39

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «*Френдинг*» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе маркетинговых коммуникаций, элементов и их взаимосвязью, приобретение знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом, личными продажами.

Задачи дисциплины (модуля):

– научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации;

– научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде;

– уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Френдинг»* реализуется в *части, формируемой участниками образовательных отношений* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02«Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Френдинг»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Социально-психологические основы управления», «Основы медиации в управлении», «Система государственного и муниципального управления».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Социальные и коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении», «Управление территориальными сообществами и земельными ресурсами».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Френдинг»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: УК-3; УК-4, ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
	УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников; УК-3.3. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат	*Знать:* роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; *Уметь:* при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников *Владеть:* нормами и установленными правила командной работы; несет личную ответственность за результат
	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) УК-4.2. Ведет деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); УК-4.3. Владеет способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; представляет результаты своей деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	*Знать:* обмен деловой информацией в устной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) *Уметь:* вести деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); *Владеть:* способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; представляет результаты своей деятельности на государственном языке

				Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Общепрофессиональная компетенция (Профессиональная этика	**ПК-3**	ПК-3 способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей *Уметь:* разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей *Владеть:* маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 6 и 7 семестре, составляет _7_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		6	7	
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**96**	36	60	
Учебные занятия лекционного типа	18	8	10	
Практические занятия	32	12	20	
Лабораторные занятия				
Иная контактная работа	**46**	16	30	
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**111**	27	84	

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Контроль промежуточной аттестации (час)	**45**	**9**	**36**	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**252**	**72**	**180**	

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**		
		6	7	
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	84	24	60	
Учебные занятия лекционного типа	14	4	10	
Практические занятия	28	8	20	
Лабораторные занятия				
Контактная работа в ЭИОС				
Иная контактная работа	**42**	12	30	
Самостоятельная работа обучающихся, всего	123	39	84	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**45**	**9**	**36**	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**252**	**72**	**180**	

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**		
		6	7	
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	84	24	60	
Учебные занятия лекционного типа	14	4	10	
Практические занятия	28	8	20	
Лабораторные занятия				
Контактная работа в ЭИОС				
Иная контактная работа	**42**	12	30	
Самостоятельная работа обучающихся, всего	123	39	84	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**45**	**9**	**36**	
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**252**	**72**	**180**	

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Современные Френдинг как социальный институт и вид бизнеса	29	15	14	2	6		6	
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	32	16	16	4	6		6	
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	32	16	16	4	6		6	
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	30	16	14	2	6		6	
Раздел 5. Френдинг в сети Интернет	30	16	14	2	6		6	
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	32	16	16	2	6		8	
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	34	16	18	2	8		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**252**	**111**	**108**	**18**	**32**		46	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Современные Френдинг как социальный институт и вид бизнеса	29	15	14	2	6		6	
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	32	16	16	4	6		6	
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	32	16	16	4	6		6	
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	30	16	14	2	6		6	
Раздел 5. Френдинг в сети Интернет	30	16	14	2	6		6	
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	32	16	16	2	6		8	
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	34	16	18	2	8		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**252**	**111**	**108**	**18**	**32**		46	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Современные Френдинг как социальный институт и вид бизнеса	29	15	14	2	6		6	
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	32	16	16	4	6		6	
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	32	16	16	4	6		6	
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	30	16	14	2	6		6	
Раздел 5. Френдинг в сети Интернет	30	16	14	2	6		6	
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	32	16	16	2	6		8	
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	34	16	18	2	8		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**252**	**111**	**108**	**18**	**32**		46	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Современные Френдинг как социальный институт и вид бизнеса	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Френдинг в сети Интернет	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Современные Френдинг как социальный институт и вид бизнеса	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Френдинг в сети Интернет	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Современные Френдинг как социальный институт и вид бизнеса	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Раздел 5. Френдинг в сети Интернет	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1. Современные Френдинг как социальный институт и вид бизнеса

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 1.1. Теоретические аспекты маркетинговых коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Коммуникация. Френдинг. Комплекс коммуникаций. Вербальные коммуникации. Невербальные коммуникации. Внутренние коммуникации. Внешние коммуникации. Интегрированные Френдинг. Централизованные глобальные коммуникации. Децентрализованные глобальные коммуникации. Управление маркетинговыми коммуникациями.

Вопросы для самоподготовки:

1. Френдинг: основные понятия и инструменты.
2. Виды коммуникаций.
3. Основные задачи маркетинговых коммуникаций.
4. Коммуникативная деятельность: основные понятия и сущность.
5. Интегрированные Френдинг: сущность и основные понятия.
6. Процесс управления маркетинговыми коммуникациями.
7. Критерии коммуникационной модели маркетинга.
8. Централизованные и децентрализованные глобальные коммуникации.

Тема 1.2. Стратегии управления маркетинговыми коммуникациями

Перечень изучаемых элементов содержания

Стратегия. Коммуникационные связи организации. Формирование стратегии. Потребительская кооперация. Стратегическое управление.

Вопросы для самоподготовки:

1. Характеристика элементов маркетинговых коммуникаций.
2. Стратегия маркетинговых коммуникаций: содержание и особенности.
3. Процесс формирования стратегии.
4. Задачи разработки стратегии маркетинговых коммуникаций.
5. Иерархия формирования и реализации стратегии развития организаций потребительской кооперации.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: расчётное практическое задание

Примерные задания:

1. Приведите пример маркетинговой и немаркетинговой коммуникации. Продумайте элементы эффективной маркетинговой коммуникации.
2. Выберите рекламное объявление из газеты.

   Определите:

   кто его отправитель,

   кто может быть его получателем,

   каким образом оно закодировано,

   существующие шумовые помехи,

   какие способы обратной связи можно использовать.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)На этапе внедрения жизненного цикла товара целью маркетинговых коммуникаций является…….:

(?)создание широкой осведомленности

(?)стимулирование широкого опробования и использования продукта

(?)поощрение частоты использования

(?)минимальная поддержка для обеспечения всех возможных продаж

Раздел 2. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 2.1. Особенности и содержание рекламы как главного инструмента маркетинговых коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Реклама. Роль рекламы. Рекламный рынок. ATL (Above the Line). BTL (Below the Line). Медиапланирование. Тизерная реклама. Рекламные заповеди.

Вопросы для самоподготовки:

1. Структура рекламного рынка.
2. Реклама — главный инструмент маркетинговых коммуникаций.
3. 10 рекламных заповедей.
4. Основные функции рекламы.
5. Задачи рекламы.
6. Маркетинговая роль рекламы.
7. Коммуникационная роль рекламы.
8. Экономическая роль рекламы.
9. Социальная роль рекламы.
10. Политическая роль рекламы.
11. Цель рекламной коммуникации.

Тема 2.2. Основные категории и понятия рекламной деятельности

Перечень изучаемых элементов содержания

Рекламодатель. Рекламопроизводитель. Рекламораспространитель. Рекламное агентство. Рекламополучатель. Группа целевого воздействия. Рекламный слоган. Товарный знак. Фирменный блок. Фирменный стиль. Печатная реклама. Коммерческое предложение. Реклама в прессе.

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и основы рекламной деятельности.
2. Основные категории рекламной деятельности.
3. Сущность и особенности рекламного слогана.
4. Что такое товарный знак?
5. Фирменный стиль: особенности и содержание.
6. Характеристика фирменного блока.
7. Рекламный процесс: основные понятия и сущность.
8. Функции участников рекламного процесса.
9. Социально-психологические аспекты рекламных коммуникаций.
10. Психология рекламы.
11. Формы рекламной деятельности.
12. Печатная реклама: виды и содержание.
13. Реклама в прессе.
14. Этапы подготовки рекламного сообщения в прессе.
15. Аудиовизуальная реклама.
16. Радиореклама.
17. Телевизионная реклама.
18. Основные этапы организации телерекламы.
19. Наружная реклама.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

Группа студентов длится на команды по 3-4 человека. Каждая команда разрабатывает макет печатного рекламного сообщения для решения определенных задач.

Класс типов задач	Типовая задача
Информирование	Привлечь внимание к ОР, Сделать неизвестным ОР известным Запомнить ОР
Позиционирование	Показать, что свойства ОР соответствуют особенностям потребностей ЦА Сделать ОР понятным, «своим» Сформировать оценку по поводу ОР Показать новизну товара

Отстройка от конкурентов	Переключить внимание ЦА с аналогичных товаров на ОР Выделить ОР из других ему подобных (сделать его отличным от других)
Возвышение имиджа	Подтвердить, поддержать сложившееся мнение о ОР Ознакомить с деталями ОР, ранее известными ЦА Создать положительное настроение по отношению к ОР Возвысить мнение о ОР
Контрреклама	Отвлечь внимание ЦА от нежелательных оценок и эмоций по отношению к ОР Скорректировать мнение ЦА о ОР Сформировать негативные оценки и эмоции по отношению к товарам, маркам, фирмам конкурентов
Антиреклама	Снизить избыточный спрос

ОР – объект рекламы, ЦА –целевая аудитория. Далее каждая группа по очереди проводит презентацию своей работы, а остальные группы оценивают работу.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)К преимуществам телевизионной рекламы относятся……..:
(?)небольшая стоимость размещения рекламы
(?)бесполезная аудитория
(?)яркое представление информации
(?)широкий охват аудитории

Раздел 3. Стимулирование сбыта и продаж

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 3.1. Стимулирование сбыта и продаж в системе маркетинговых коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Стимулирование сбыта. Распространение образцов товара. Купоны. Льготная цена. Сувениры. Конкурсы. Демонстрация товара. Лотерея. Скидки. Дегустация. Дисконтные программы. Бонусная программа.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность стимулирования сбыта и продаж.
2. Преимущества стимулирвания сбыта.
3. Раскрыть основные методы стимулирования сбыта.
4. Матрица приемов стимулирования сбыта и продаж.
5. Как скидки влияют на стимулирование сбыта и продаж?
6. Подарок за покупку: преимущества и недостатки.
7. Дисонтные программы: сущность и влияние на стимулирование сбыта и продаж.
8. Как бонусная программа влияет на стимулирование сбыта и продаж?
9. Правовое обеспечение сбыта.

Тема 3.2. Организация интернет-площадок для осуществления сбыта товаров

Перечень изучаемых элементов содержания

Интернет. Интернет-маркетинг. Сайт. Интернет-аудитория. Интернет-коммерция. Off-line-бизнес.

Вопросы для самоподготовки:

1. Бизнес-модели сайта.
2. Что обозначает интернет-аудитория?
3. Off-line-бизнес: сущность и особенности.
4. Основные стратегии перехода от on-line к off-line и от off-line к on-line
5. Стратегия создания корпоративных проектов.
6. Сравнительный анализ преимуществ Интернета по сравнению с другими рекламными медиа.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Сущность стимулирования сбыта и продаж.
2. Преимущества стимулирвания сбыта.
3. Раскрыть основные методы стимулирования сбыта.
4. Матрица приемов стимулирования сбыта и продаж.
5. Как скидки влияют на стимулирование сбыта и продаж?
6. Подарок за покупку: преимущества и недостатки.
7. Дисонтные программы: сущность и влияние на стимулирование сбыта и продаж.
8. Как бонусная программа влияет на стимулирование сбыта и продаж?

9. Правовое обеспечение сбыта.
10. Бизнес-модели сайта.
11. Что обозначает интернет-аудитория?
12. Off-line-бизнес: сущность и особенности.
13. Основные стратегии перехода от on-line к off-line и от off-line к on-line
14. Стратегия создания корпоративных проектов.
15. Сравнительный анализ преимуществ Интернета по сравнению с другими рекламными медиа.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??) В каких случаях особенно эффективно применение купонажа?

(?) в момент выпуска нового товара на рынок;

(?) в момент повторного выпуска на рынок какого-либо товара, сбыт которого переживает застой;

(?) в момент, когда товар переживает «бум»;

(?) все ответы верны.

Раздел 4. Связи с общественностью как инструмент маркетинговых коммуникаций

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 4.1. PR в системе маркетинговых коммуникаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

Public Relations (PR). Политический PR. Торговый PR. Медиа- PR. Общественное мнение. Целевые аудитории. Прямой маркетинг.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность Public Relations (PR).
2. Цели и задачи PR.
3. Роль и место public relations в маркетинговой деятельности.

4. PR как инструмент маркетинга.
5. Сравнительные характеристики рекламы и PR.
6. Основные средства организации связей с общественностью
7. Классификация PR-технологий.

Тема 4.2. Организация и планирование связей с общественность

Перечень изучаемых элементов содержания

PR-кампании. Планирование. PR-обращение. Ресурсы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные этапы планирования связей с общественностью.
2. Функции планирования PR.
3. Элементы планирования и реализации PR.
4. Виды планов PR.
5. Планирование работы PR-отдела.
6. Специальные события в PR-кампании.
7. Технология создания PR-событий
8. PR-обращение.
9. Разновидности и особенности PR-текстов.
10. Реализация кампании по связям с общественностью: проблема коммуникации.
11. Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов.
12. Реализация PR-кампании: учет и контроль.
13. PR-кампания как проект и объект проектного менеджмента.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

Составление пресс-релиза. Для заданных ситуаций определите стратегию PR: определите возможную аудиторию, выберите коммуникационные средства для размещения пресс-релиза. Составьте краткий пресс-релиз.

Исходные ситуации:

1. Предприятие завершило выполнение крупнейшего заказа на поставку своей мебели в рестораны быстрого питания (бренд), расположенные по всей территории России. Получение новых заказов такого масштаба пока не предполагается. Предприятие вынуждено вдвое сократить свой штат.

2. Часть тракторного завода приватизирована и выкуплена его руководством, которое создало совместное с Венгрией предприятие по производству автобусных коробок передач для продажи их в Венгрии, России и Восточной Европе. Оно планирует со временем освоить и другие международные рынки.

3. Видный деятель правительства приезжает с визитом на градообразующее предприятие. Это событие происходит за неделю до выборов в органы местного управления.

4. Сотрудница российского государственного силового ведомства отказывается от годичного контракта, связанного со статусом «Мисс мира», который она завоевала в текущем году. Такой отказ связан с расторжение контракта, предусматривающим участие победительницы в серии публичных мероприятий и наносит прямой и косвенный ущерб устроителям конкурса.

5. Приватизированное предприятие со штатом 1000 человек и являющееся градообразующим выкуплено компанией, по слухам, принадлежащей известному финансовому олигарху. Вновь назначенное высшее руководство предприятия намечает кардинальные реформы, в том числе перепрофилирование, смену менеджмента и сокращение 450 работающих.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Целью PR является……:

Одиночный выбор

(?)завоевание выгодных сегментов рынка;

(?)материальное стимулирование труда.

(!)установление двустороннего общения и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности

(?)все ответы верны

Раздел 5. Френдинг в сети Интернет

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 5.1. Интернет-маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций

Перечень изучаемых элементов содержания

Продвижение продукции. Интернет. Сайт. Каталог сайта. Медийная реклама. Вирусные ролики. Вирусная реклама. Rich-media. Банер в Интернете. Вебинар.

Вопросы для самоподготовки:

1. Традиционные способы продвижения продукции в Интернете.
2. Поисковая оптимизация и продвижение сайта.
3. Текстовая реклама в Интернете.
4. Поисковые систем как инструмент маркетинговых коммуникаций.
5. Каталоги и рубрикаторы сайтов.
6. Контекстная реклама как вид размещения интернет-рекламы.
7. Медийная реклама в Интернете.
8. Баннер в Интернете.
9. Rich-media.
10. Инновационные технологии продвижения продукции в Интернете.
11. Продвижение сайта в социальных медиа.
12. Вирусный маркетинг.

Тема 5.2. Френдинг в социальных сетях

Перечень изучаемых элементов содержания

Социальные сети. Социальные медиа. Твиттер. Нестандартное продвижение. Персональный брендинг. Репутационный менеджмент. Блогер. Дижитал-маркетинг. Наттивная реклама. Перформанс-маркетинг.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое социальные сети?
2. Маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
3. Десять важных составляющих маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
4. Построение сообществ бренда.
5. Работа с блогосферой.
6. Корпоративный блоггинг.
7. Твиттер: возможноси и особенности
8. Персональный брендинг.
9. Нестандартная маркетинговая активность в социальных сетях.
10. Управление репутацией.
11. Особенности интернет как медиа носителя.
12. Понятие и возможности дижитал-маркетинга.
13. Мобильный маркетинг в России и за рубежом.
14. Наттивная реклама и перформанс-маркетинг.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем:

1. Традиционные способы продвижения продукции в Интернете.
2. Поисковая оптимизация и продвижение сайта.
3. Текстовая реклама в Интернете.
4. Поисковые систем как инструмент маркетинговых коммуникаций.
5. Каталоги и рубрикаторы сайтов.
6. Контекстная реклама как вид размещения интернет-рекламы.

7. Медийная реклама в Интернете.
8. Баннер в Интернете.
9. Rich-media.
10. Инновационные технологии продвижения продукции в Интернете.
11. Продвижение сайта в социальных медиа.
12. Вирусный маркетинг.
13. Что такое социальные сети?
14. Маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
15. Десять важных составляющих маркетинговых коммуникаций в социальных медиа.
16. Построение сообществ бренда.
17. Работа с блогосферой.
18. Корпоративный блоггинг.
19. Твиттер: возможноси и особенности
20. Персональный брендинг.
21. Нестандартная маркетинговая активность в социальных сетях.
22. Управление репутацией.
23. Особенности интернет как медиа носителя.
24. Понятие и возможности дижитал-маркетинга.
25. Мобильный маркетинг в России и за рубежом.
26. Наттивная реклама и перформанс-маркетинг.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение

Одиночный выбор

(?)Поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину

(?)Поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google

(?)Поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт

(?)Поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов

Раздел 6. Этические и правовые регуляторы коммуникационной деятельности

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 6.1. Правовое поле рекламной и PR-деятельности

Перечень изучаемых элементов содержания

Правовое поле. Потребители. Общественные организации. Государство. Правовое регулирование в сфере массовой информации. Законодательство о выборах. Правовое регулирование в сфере коммерческой и государственной тайны. Правовое регулирование при проведении рекламных кампаний, разработке фирменного стиля, логотипа, бренда. Федеральный закон "О рекламе"

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие «правовое поле».
2. Субъекты и объекты правового поля.
3. Основные субъекты правового поля рекламной и PR-деятельности.
4. Роль потребителя, как адресата рекламных обращений.
5. Основные объекты государственного регулирования рекламы.
6. Правовое регулирование PR-технологий.
7. Федеральный закон "О рекламе": сущность и основные положения.

Тема 6.2. Корпоративная социальная ответственность и фандрайзинг

Перечень изучаемых элементов содержания

Социальная ответственность. Фандрайзинг. Фонды. Государственные организации. Коммерческие организации. Частные лица. Инвесторы. Спонсоры. Доноры. Меценаты. Грантодатели. Ассоциация фандрайзеров.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое корпоративная социальная ответственность?
2. Из чего складывается корпоративная социальная ответственность?
3. Корпоративная социальная ответственность как залог устойчивого развития бизнеса.
4. Как компании реализовывают принципы корпоративной социальной ответственности?
5. Основные формы реализации социальных программ
6. Фандрайзинг: понятие и сущность.
7. Из чего состоит фандрайзинговый цикл?
8. Основные принципы фандрайзинга.
9. Для каких целей используется фандрайзинг?
10. Виды фандрайзинга.
11. Источники фандрайзинга.

12. Фандрайзинг в России: реалии и возможности.
13. Фандрайзинг в США.
14. Фандрайзинг в Европе.
15. Ассоциация фандрайзеров.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем:

1. Понятие «правовое поле».
2. Субъекты и объекты правового поля.
3. Основные субъекты правового поля рекламной и PR-деятельности.
4. Роль потребителя, как адресата рекламных обращений.
5. Основные объекты государственного регулирования рекламы.
6. Правовое регулирование PR-технологий.
7. Федеральный закон "О рекламе": сущность и основные положения.
8. Что такое корпоративная социальная ответственность?
9. Из чего складывается корпоративная социальная ответственность?
10. Корпоративная социальная ответственность как залог устойчивого развития бизнеса.
11. Как компании реализовывают принципы корпоративной социальной ответственности?
12. Основные формы реализации социальных программ
13. Фандрайзинг: понятие и сущность.
14. Из чего состоит фандрайзинговый цикл?
15. Основные принципы фандрайзинга.
16. Для каких целей используется фандрайзинг?
17. Виды фандрайзинга.
18. Источники фандрайзинга.
19. Фандрайзинг в России: реалии и возможности.
20. Фандрайзинг в США.
21. Фандрайзинг в Европе.
22. Ассоциация фандрайзеров.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Разработчиков программ корпоративной социальной ответственности интересует прежде всего…….:

Одиночный выбор

(?)наращивание нематериальных активов.

(?)получение прибыли

(?)получение дополнительных выгод

(?)верны все утверждения

Раздел 7. Внутрикорпоративные коммуникации

Цель: научиться осуществлять деловое общение и публичные выступления, вести переговоры, совещания, осуществлять деловую переписку и поддерживать электронные коммуникации; научиться владеть различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)

Тема 7.1. Понятие коммуникации внутриорганизационного маркетинга

Перечень изучаемых элементов содержания

Внутрикорпоративные коммуникации. Внутренняя аудитория. Внешняя аудитория. Листки новостей. Корпоративные праздники. Корпоративное обучение. Неформальные встречи с руководством. Собрания.

Вопросы для самоподготовки:

1. Внутрикорпоративные коммуникации: содержание и особенности.
2. Объекты внутрикорпоративных коммуникаций.
3. Задачи построения внутрикорпоративных коммуникаций.
4. Формирование эффективных корпоративных внутренних коммуникаций.
5. Структура внутрикорпоративных коммуникаций.
6. Инструменты взаимодействия с внутренней общественностью.

Тема 7.2. Организация коммуникационного процесса в деятельности фирм Перечень изучаемых элементов содержания

Коммуникационный процесс. Корпоративная миссия. Командный дух. Корпоративная культура. team building. team spirit. Внутренний PR. Корпоративный кодекс.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные компоненты коммуникационного процесса.
2. Корпоративная миссия: содержание и структура.
3. Как формулируется миссия?
4. Основные цели построения системы средств внутрикорпоративных коммуникаций.
5. Технология построения внутрикорпоративных коммуникаций.
6. Корпоративная культура: основные понятия и сущность.
7. Организация системы внутреннего PR.
8. Типология мероприятий внутреннего PR.
9. Создание системы внутреннего PR.
10. Для чего нужен корпоративный кодекс?
11. Оценка эффективности системы внутрикорпоративных коммуникаций.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 7

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Примеры заданий:

1. Разработать концепцию сценария и информационное обеспечение корпоративного мероприятия: презентация, выставка (на выбор), юбилей фирмы, празднование Нового года и т.д.
2. Исследовать на примере конкретной организации практику создания корпоративного бренда.
3. Проанализировать практику действующей компании по организации внутрикорпоративного информационного отдела, построения каналов внутрикорпоративной информации

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Коммуникации, возникающие между коллегами внутри отделов, между линейными менеджерами, между структурами холдингов, называются …….:

Одиночный выбор

(?)Горизонтальными

(?)Вертикальными

(?)Координационными

(?)Восходящими

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	*Знать:* роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;	Этап формирования знаний
		Уметь: при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников	Этап формирования умений
		Владеть: нормами и установленными правила командной работы; несет личную ответственность за результат	Этап формирования навыков и получения опыта
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	*Знать:* обмен деловой информацией в устной форме на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Этап формирования знаний
		Уметь: вести деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);	Этап формирования умений
		Владеть: способами установления контактов и поддержания взаимодействия в условиях поликультурной среды; представляет результаты своей деятельности на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при	Этап формирования умений

	маркетинговой деятельностью организации	изучении поведения потребителей	
		Владеть: маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-3, УК-4, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.

УК-3, УК-4, ПК-3	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
УК-3, УК-4, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие о коммуникациях и участниках коммуникативного процесса.
2. Система маркетинговых коммуникаций.
3. Этапы развития маркетинговых коммуникаций.
4. Сущность мотивации коммуникативных процессов.
5. Эффективность коммуникационных стратегий предприятия и ее оценка.

6. Френдинг, как набор эффективных способов воздействия на управляемые факторы внешней и внутренней среды предприятия.
7. Френдинг и задачи формирования спроса и стимулирования сбыта и продаж.
8. Целевые контактные аудитории и задачи предприятия в системе маркетинговых коммуникаций.
9. Инструментарий коммуникативной политики. Средства и носители коммуникаций.
10. Содержание коммуникативного «микса». Особенности коммуникативных «миксов», используемых для различных групп товаров.
11. Содержание рекламы, механизм её воздействия на потребителей.
12. Исторический очерк развития рекламы.
13. Особенности развития рекламы в СССР и в современной России.
14. Классификация рекламы. Виды рекламы.
15. Рекламные средства и носители.
16. Функции рекламы.
17. Уникальное торговое предложение (УТП) в рекламе.
18. Понятие об ATL- и BTL-рекламе. Их содержание, особенности и перспективы развития
19. Критерии оптимального выбора рекламных средств.
20. Содержание и структура рекламного рынка; его участники и инфраструктура.
21. Российский рынок рекламы. Современное состояние и тенденции развития.
22. Регулирование и планирование рекламной деятельности.
23. Правовое регулирование рекламной деятельности. Федеральный Закон «О рекламе»
24. Реклама на телевидении. Содержание, особенности, достоинства и недостатки.
25. Радиореклама. Содержание, особенности, достоинства и недостатки.
26. Реклама в Интернете.
27. Печатная (полиграфическая) реклама. Особенности, достоинства и недостатки.
28. Реклама в прессе. Характеристики изданий. Реклама в газетах и журналах.
29. Реклама на транспорте. Содержание, особенности, используемые средства
30. Сувенирная реклама. Виды, особенности, достоинства и недостатки.
31. Требования федерального Закона «О рекламе» к организации, содержанию и качеству рекламы.
32. Недобросовестная, недостоверная и неэтичная реклама.
33. Рекламные агентства. Виды, структура. Роль на рекламном рынке.
34. Организация деятельности рекламного агентства.
35. Эффективность рекламы. Экономическая, коммуникационная и психологическая эффективность: критерии и методики оценок.
36. Рекламные кампании как основа рекламной деятельности.
37. Понятие о брэндинге и его задачах.
38. Составляющие элементы брэндинга. Фирменный стиль.
39. Товарный знак как основной элемент фирменного стиля. Разработка и использование товарных знаков.
40. Брендинг на российском рынке. Значение конкурсов «Бренд года» и «Народная марка».
41. Основные стратегии развития бренда (торговой марки).
42. Модели недобросовестного поведения в сфере брендинга.
43. Способы защиты от недобросовестного поведения в сфере брендинга.
44. Понятие о public relations (PR). Направления, цели, и средства PR.
45. Исторический очерк развития public relations.
46. Соотношение и взаимосвязи маркетинга, рекламы и PR.
47. Планирование public relations.
48. PR-кампании: разработка и проведение.
49. Формы деловых коммуникаций
50. Ведение деловых переговоров и этика делового общения.

51. Dress-code в бизнесе.
52. Стимулирование сбыта. Его содержание и условия применения.
53. Приемы и средства стимулирования сбыта.
54. Стимулирование продавцов и посредников.
55. Разработка комплексной программы стимулирования сбыта.
56. Выставки и ярмарки. Классификация. Роль в маркетинговых коммуникациях.
57. Организационная работа по подготовке и проведению выставки (ярмарки).
58. Упаковка товара как вид маркетинговой коммуникации.
59. Личная продажа как средство коммуникаций.
60. Прямой маркетинг и его современное развитие.
61. Использование спонсоринга в маркетинговых коммуникациях.
62. Продакт-плейсмент.
63. Электронная торговля как элемент личных продаж.
64. Федеральный закон "О рекламе".

Аналитическое задание

1. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций. Структура комплекса маркетинговых коммуникаций.
2. Методы установления общего бюджета продвижения.
3. Основные элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.
4. Определение рекламы.. Реклама, ее основные черты – коммуникационные характеристики. Цели, функции и задачи рекламы.
5. Модель рекламного процесса.
6. Классификация рекламы в зависимости: от рекламодателя, от объекта рекламы, от целей, от содержания, от предмета рекламы, от зоны распространения, от используемых средств.
7. Рекламная стратегия. Анализ результативности рекламы.
8. Рекламное воздействие. Уровни психологического воздействия рекламы.
9. Рекламный заголовок, его задачи и требования к нему.
10. Рекламный текст, структура, модели, этапы разработки, основные правила учитываемые при его создании.
11. Изобразительные элементы в рекламе, функции изобразительных элементов, требования к изобразительным элементам.
12. Средство рекламы – понятие. Носитель рекламы – понятие.
13. Характеристика основных средств рекламы: преимущества, недостатки, области применения, требования.
14. Факторы, учитываемые при выборе средств рекламы. Методики выбора средств рекламы.
15. Фирменный стиль. Фирменный блок. Стандартный комплекс фирменного стиля. Стилеобразующие компоненты. Носители фирменного стиля. Процесс разработки фирменного стиля.
16. Имидж фирмы (товара). Составляющие внешнего имиджа. Значимость формирования внутреннего имиджа фирмы. Порядок формирования имиджа.
17. Выставки и ярмарки, их виды. Организация и планирование участия в выставках и ярмарках.
18. Брендинг. Понятие «бренда» и особенности рекламной деятельности в области брендинга. Формирование бренда и управление им.
19. Спонсорство, понятие. Организация и планирование деятельности в области спонсорской деятельности.
20. Интегрированные Френдинг в местах продаж. Деятельность по их организации.

21. Виды контроля рекламы. Аудит и мониторинг рекламы.
22. Понятие и особенности СТИС.
23. Цели стимулирования продаж.
24. Объекты и приемы содействия продаж.
25. Ценовые и неценовые приемы стимулирование сбыта.
26. Деятельность рекламного агентства.
27. Определение бюджета рекламы.
28. Методы определения эффективности рекламы.
29. Сущность стратегии стимулирования сбыта.
30. Стимулирование сбыта в торговле: торговый персонал.
31. Стимулирование потребителей.
32. Стимулирование сбыта в торговле: посредники.
33. Определение бюджета стимулирования продаж.
34. Определение эффективности стимулирования продаж.
35. Сущность связей с общественностью (ПР).
36. Виды программ паблик рилешнз.
37. Управление паблик рилейшнз.
38. Инструменты паблик рилейшнз
39. Пресс-конференция.
40. Определение бюджета и эффективности паблик рилейшнз.
41. Прямой маркетинг: сущность, достоинства и недостатки.
42. Процесс прямого маркетинга.
43. Средства доставки информации в прямом маркетинге.
44. Телефонный маркетинг.
45. Определение бюджета и эффективности прямого маркетинга.
46. Личные продажи: сущность, достоинства и недостатки.
47. Виды личных продаж.
48. Процесс личных продаж.
49. Работа торгового агента.
50. Презентация товара (услуги).
51. Визуальная поддержка презентаций.
52. Определение бюджета личных продаж.
53. Определение эффективности личных продаж.
54. Определение типа личности клиента.
55. Виды сенсорных каналов человека.
56. Состояние личности в коммуникации.
57. Психогеометрические характеристики покупателей и клиентов.
58. Типологизация посетителей выставок.
59. Невербальные коммуникации в маркетинге.
60. Мимика и взгляд в невербальной коммуникации.
61. Язык телодвижений в коммуникации.
62. Паралингвистические и экстралингвистические средства в коммуникации.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным

программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469011 (дата обращения: 20.06.2021).

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14309-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477307 (дата обращения: 20.06.2021).

3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477312 (дата обращения: 20.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

6. _ Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/484940 (дата обращения: 20.06.2021).

7. _ Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/479369 (дата обращения: 20.06.2021).

8. _ Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/482662 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	http://ebiblioteka.ru/
5.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/
6.	Международный индекс научного цитирования "Web of Science"	Поисковая интернет-платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций. Web of Science охватывает материалы по естественным, техническим, общественным, гуманитарным наукам и искусству.	http://webofknowledge.com
7.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Френдинг*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении

рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)».

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической	https://urait.ru/

		литературе по различным дисциплинам.	
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	http://ebiblioteka.ru/
5.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/
6.	Международный индекс научного цитирования "Web of Science"	Поисковая интернет-платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций. Web of Science охватывает материалы по естественным, техническим, общественным, гуманитарным наукам и искусству.	http://webofknowledge.com
7.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Френдинг»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Френдинг»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Френдинг»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Френдинг»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Френдинг»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Френдинг»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью Менеджмент,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИИ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Маркетинг территории*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Маркетинг территории*» разработана: к.с.н., доцент факультета управления Кабанова Е.Е.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы кандидат социологических наук, доцент факультета управления _____ Т.А. Евстратова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» __мая_ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 8

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 11

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 13

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 14

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 25

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 25

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 26

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 28

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 28

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 30

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 30

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 31

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 31

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 33

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 30

5.6 Образовательные технологии 34

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «*Маркетинг территории*» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе маркетинга территорий, инструментов и стратегий маркетинга на отдельных территориях, о методах и технологиях маркетинга территории на различных этапах стратегического планирования, проведения маркетинговых исследований, поиска эксклюзивных объектов, визуализации территориального имиджа, получение навыков разработки и применения необходимых механизмов для решения конкретных задач в области сегментирования рынка и позиционирования территории, рассмотрении роли территориального маркетинга в сфере управления.

Задачи дисциплины (модуля):

– научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

– уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Маркетинг территории»* реализуется в *части, формируемой участниками образовательных отношений* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02«Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Маркетинг территории»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Социально-психологические основы управления», «Основы медиации в управлении», «Система государственного и муниципального управления».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Социальные и коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении», «Управление территориальными сообществами и земельными ресурсами».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Маркетинг территории»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: ОПК-1, ПК-2, ПК-3 в соответствии с основной профессиональной

образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Общепрофессиональная компетенция (Профессиональная этика)	**ОПК-1**	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук ОПК -1.2 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий. ОПК - 1.3 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	*Знать:* понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук *Уметь:* проводить системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий. *Владеть:* аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.
	ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ *Уметь:* выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). *Владеть:* аналитическим

				инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.
	ПК-3	ПК-3 способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей *Уметь:* разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей *Владеть:* маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 5 и 6 семестрах, составляет _5_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**90**	54	36		
Учебные занятия лекционного типа	16	8	8		
Практические занятия	34	22	12		
Лабораторные занятия					

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Иная контактная работа	**40**	**24**	16		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**72**	45	27		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**	**9**	**9**		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**108**	**72**		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	60	24	36		
Учебные занятия лекционного типа	10	4	6		
Практические занятия	20	8	12		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**40**	**12**	18		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	102	39	63		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**	**9**	**9**		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**72**	**108**		

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	60	24	36		
Учебные занятия лекционного типа	10	4	6		
Практические занятия	20	8	12		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**40**	**12**	18		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	102	39	63		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**	**9**	**9**		

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**72**	**108**		

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**							
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**					
			Всего	**Лекционные занятия**	**Семинарские/ практические занятия**	**Лабораторные занятия**	**Иная контактная работа**	
							Всего	**Практическая подготовка**
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	32	14	18	4	6		8	
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	32	14	18	4	6		8	
Раздел 3. Формирование имиджа территории	32	14	18	4	6		8	
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	32	14	18	2	8		8	
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	34	16	18	2	8		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**180**	**72**	**90**	**16**	**34**		40	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _5_)								
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	34	20	14	2	4		8	
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	34	20	14	2	4		8	
Раздел 3. Формирование имиджа территории	34	20	14	2	4		8	
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	34	20	14	2	4		8	
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	36	22	14	2	4		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**180**	**102**	**70**	**10**	**20**		40	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	**180**	**102**	**70**	**10**	**20**		40	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _5_)								
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	34	20	14	2	4		8	
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	34	20	14	2	4		8	
Раздел 3. Формирование имиджа территории	34	20	14	2	4		8	
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	34	20	14	2	4		8	
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	36	22	14	2	4		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**180**	**102**	**70**	**10**	**20**		40	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	**180**	**102**	**70**	**10**	**20**		40	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Формирование имиджа территории	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	1	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Формирование имиджа территории	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	1	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Формирование имиджа территории	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	1	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 1.1. Сущность маркетинга территорий

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные понятия маркетинга территорий. Управление маркетингом территории. Концепции управления маркетингом территории. Территориальный маркетинг. Виды маркетинга территорий. Целевые группы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность маркетинга территорий.

2. Зачем территориям нужен маркетинг территорий?

3. Субъекты территориального маркетинга.

4. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга территорий.

5. Экономический и социальный смысл маркетинга территорий.

6. Виды целевых групп.

Тема 1.2. Маркетинговая среда территории

Перечень изучаемых элементов содержания

Внутренняя среда территории. Внешняя среда территорий. Социально-экономическое развитие территории. Комплекс ресурсов. Ситуационные факторы. Финансы. Производственная и непроизводственная сферы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Элементы внутренней среды территории.

2. Составляющие внешней среды территории. Анализ степени их влияния.

3. Природные ресурсы и географическое положение.

4. Технологические ресурсы.

5. Социальные ресурсы.

6. Параметры социально-экономического состояния территории

7. Финансы территории.

8. Экономическое благополучие жителей территории.

9. Социальное благополучие жителей территории.

10. Уровень развития производственной и непроизводственной сферы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: расчётное практическое задание

Примерные задания:

На примере выбранной территории провести анализ по показателям внутренней среды за последние 5 лет (на основе данных Росстата). Оценить социально-экономическое положение территории. По каждому показателю выделить минимум 7 индикаторов. Каким является образ вашей территории по мнению жителей с точки зрения проживания? Какие конкурентные преимущества вашей территории являются основными? Оцените инвестиционную привлекательность вашей территории. Оценить туристическую привлекательность вашей территории.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Основными объектами территориального маркетинга являются……..:

Множественный выбор

(!) инвесторы

(?) органы власти

(?) коммерческие и некоммерческие организации

(!) жители данной территории

Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 2.1. Территориальный продукт и «цена» территориального продукта

Перечень изучаемых элементов содержания

Территориальный продукт. Цена территориального продукта. Элементы территориального продукта.

Вопросы для самоподготовки:

1. Специфика территориального продукта.

2. Цена территориального продукта.

3. Сущность территориального продукта с точки зрения маркетингового подхода.

4. Сравнительный анализ понятий «цена продукта» и «цена территориального продукта».

5. Какие структурные элементы могут быть выделены при анализе территориального продукта?

6. Какие элементы территориального продукта подлежат изменениям и могут быть развиты?

Тема 2.2. Локализация и продвижение территориального продукта

Перечень изучаемых элементов содержания

Локализация территориального продукта. Маркетинговые коммуникационные обращения. Информирование. Участники маркетингового процесса. Реклама. Связи с общественностью. Стратегии маркетинга территорий. Маркетинг имиджа. Маркетнг привлекательности. Маркетинг достопримечательностей. Маркетинг инфраструктуры. Маркетинг населения, персонала. Функциональные стратегии территорий. Деловые стратегии территории.

Вопросы для самоподготовки:

Инструменты маркетинговых коммуникаций.

Паблисити.

PR- деятельность.

Прямой маркетинг.

Реклама.

Специальные сувениры.

Спонсорство.

Маркетинг-микс.

Принципы маркетинговых коммуникаций территории.

Комплексные формы продвижения территории.

Стратегии маркетинга территорий.

Маркетинг имиджа.

Маркетинг привлекательности.

Маркетинг инфраструктуры.

Маркетинг населения.

Маркетинг развлечений.

Маркетинг курортов и лечебно-оздоровительных центров.

Функциональные стратегии территорий.

Разработка деловых стратегий территории

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

1. Проанализируйте официальную Стратегию социально-экономического развития … (города, МО, субъекта РФ – по выбору студента) и определите к какому виду стратегии маркетинга территории (в зависимости от различных критериев классификации – рассмотреть не меньше 3-х) можно ее отнести. Авторскую точку зрения аргументируйте.

2. «Маркетинг достопримечательностей»

Выбрать субъект РФ. Оценить природный и историко-культурный потенциал выбранного субъекта: уникальный и типичный ландшафт, лечебные факторы, исторические памятники и культурные объекты для привлечения туристов, инвесторов, деловых партнеров в субъект. Выделить основные направления современного и перспективного развития туристического бизнеса. Использование сети Интернет как основного канала коммуникации для увеличения числа целевых групп туристов и бизнесменов.Взаимосвязи процесса разработки альтернативных управленческих решений и процедур выбора, принятия и реализации альтернатив.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??) Чем отличается маркетинг имиджа территории от маркетинга ее привлекательности? Одиночный выбор

(?) Маркетинг привлекательности популяризирует особые черты, гарантирующие преимущества в соперничестве территорий

(!) **Маркетинг имиджа пропагандирует уже созданные преимущества территории**

(?) Маркетинг имиджа территории требует больших усилий и затрат в сравнении с маркетингом ее привлекательности

(?) Это одно и то же

Раздел 3. Формирование имиджа территории.

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 3.1. Брендинг территории и работа с репутацией

Перечень изучаемых элементов содержания

Бренд территории. Логотип. Слоган. Репутация. Миссия бренда. Территориальный ребрендинг.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основы эффективности для брендинга мест.

2. Элементы бренда.

3. Официальные и неофициальные символы территории.

4. Процесс создания бренда территории .

5. Показатели измерения бренда территории.

6. Направления брендинга территории.

7. Бренд как стратегический план развития территории.

8. Территориальный ребрендинг.

9. Реклама и позиционирование бренда.

Тема 3.2. Управление имиджем территории

Перечень изучаемых элементов содержания

Имидж территории. Составляющие имиджа. Типология имиджа территории.

Вопросы для самоподготовки:

Понятие и виды территориального имиджа

Взаимосвязь имиджа, бренда и репутации территории.

Объективная и субъективная составляющая имиджа территории.

Цели имиджа территории.

Стратегические компоненты имиджа территории.

Положительный имидж территории.

Слабо выраженный имидж территории.

Излишне традиционный имидж территории.

Противоречивый имидж территории.

Смешанный имидж территории.

Негативный образ территории.

Чрезмерно привлекательный имидж территории

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания:

1. «Брендинг территории»

Цель: рассмотреть особенности брендинга в рамках территориального маркетинга. Задачи:

1. Приведите примеры уникальных характеристик своего населенного пункта.

2. С какими территориями было бы оправдано сотрудничать для развития Вашего населенного пункта? Почему?

3. Какие задачи решает зонирование территории города?

4. Каким образом продвигается информация об официальных и неофициальных символах Вашего муниципального образования?

5. Какие интересные, уникальные события, праздники, мероприятия могут привлечь внимание к вашему муниципальному образованию?

2. «Бренды в конкурентной борьбе территорий за привлечение внешних ресурсов».

Выберите любой регион России и оцените степень эффективности брендинга его территории. Какие сильные и слабые стороны вы находите?

3. Приведите примеры территориального ребрендинга разных стран.

4. Проанализируйте примеры (не меньше 5) использования территорией инструментов формирования и популяризации имиджа (слоганы, темы, визуальные символы, события и действия). Насколько данные примеры отвечают критериям соответствия действительности, правдоподобия, простоты, притягательности и оригинальности.

5. Составьте список мест (не менее 10, в том числе и за рубежом) и слоганов, которые использовали эти места для создания и продвижения своего образа (например, Санкт-Петербург – Город белых ночей).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Миссия бренда - это? Одиночный выбор

(?) Понимание бренда, основанное на осознанных и неосознанных

нуждах потребителей;

(!) Заявление, указывающее на способы реализации нужд потребителей;

(?) Принципы, лежащие в основе корпоративных взаимоотношений с

работниками, клиентами, СМИ, передающие идейную сущность бренда;

(?) Принципы, лежащие в основе взаимоотношений с клиентами и СМИ, передающие идейную сущность бренда.

Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 4.1. Маркетинговые исследования в территориальном маркетинге.

Перечень изучаемых элементов содержания

Маркетинговые исследования. Бенчмаркинг. Территориальный потенциал. Оценка состояния территории.

Вопросы для самоподготовки:

Структура проведения маркетингового исследования территории.

Маркетинговые исследования: понятие и сущность.

Оценка состояния маркетингового потенциала территории.

Конкурентный анализ

SWOT-анализ в территориальном маркетинге.

STEP-анализ в территориальном маркетинге.

Бенчмаркинг.

Тема 4.2. Комплексная оценка конкурентоспособности территории

Перечень изучаемых элементов содержания

Конкурентоспособность территории. Интегральный показатель социально-экономического развития территории. Инвестиционная привлекательность территории. Социально-экономическое развитие территории. Потенциал территории.

Вопросы для самоподготовки:

Система локальных индикаторов оценки внутренней конкурентоспособности территории.

Система локальных индикаторов оценки внешней конкурентоспособности территории.

Типы территории.

Понятие конкурентоспособности территории.

Как определяется инвестиционная привлекательность территории.

Дифференцирование типа конкурентоспособности территориальных социально-экономических систем.

Оценка динамики потенциала бренда (имиджа) территории.

Оценка динамики экономико-финансового потенциала территории.

Оценка динамики природно-ресурсного потенциала территории.

Оценка динамики предпринимательского потенциала территории.

Оценка динамики потенциала инвестиционной привлекательности территории.

Оценка динамики и типа конкурентоспособности территории.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

Структура проведения маркетингового исследования территории.

Маркетинговые исследования: понятие и сущность.

Оценка состояния маркетингового потенциала территории.

Конкурентный анализ

SWOT-анализ в территориальном маркетинге.

STEP-анализ в территориальном маркетинге.

Бенчмаркинг.

Система локальных индикаторов оценки внутренней конкурентоспособности территории.

Система локальных индикаторов оценки внешней конкурентоспособности территории.

Типы территории.

Понятие конкурентоспособности территории.

Как определяется инвестиционная привлекательность территории.

Дифференцирование типа конкурентоспособности территориальных социально-экономических систем.

Оценка динамики потенциала брэнда (имиджа) территории.

Оценка динамики экономико-финансового потенциала территории.

Оценка динамики природно-ресурсного потенциала территории.

Оценка динамики предпринимательского потенциала территории.

Оценка динамики потенциала инвестиционной привлекательности территории.

Оценка динамики и типа конкурентоспособности территории.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)К методам маркетинговых исследований относятся:

Одиночный выбор

(?)подсчет, реклама, опрос

(?)реклама, промышленный шпионаж, опрос

(!)наблюдение, эксперимент, опрос
(?)реклама, эксперимент, опрос

Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 5.1. Сегментация в территориальном маркетинге.

Перечень изучаемых элементов содержания

Сегментация. Сегмент. Потребности. Потребитель. Бизнес. Туризм. Позиционирование территории. Дифференциация. Продвижение бренда.

Вопросы для самоподготовки:

Определение и сущность сегментов рынка.

Сущность макросегментации в территориальном маркетинге.

Суть микросегментации в территориальном маркетинге.

Функция потребностей.

«Как» удовлетворяются потребности?

Цели, механизмы сегментирования рынка в территориальном маркетинге.

Критерии при оценке территории как места осуществления бизнеса.

Критерии при оценке территории как места для осуществления туристической поездки.

Критерии при оценке территории как места постоянного проживания.

Группы потребителей.

Сущность позиционирования территории.

Сущность дифференциации.

Условия для дифференциации.

Тема 5.2. Функциональные стратегии территорий

Перечень изучаемых элементов содержания

Стратегия. Управление недвижимостью. Социальное развитие. Коммуникации. Социальная защита. «Колесо бренда».

Вопросы для самоподготовки:

Сущность и основные определения функциональных стратегий.

Стратегия управления недвижимостью.

Стратегия социального развития.

Стратегия социальной защиты.

Стратегия развития деятельности и самозанятости.

Стратегия коммуникаций.

Стратегия развития отдельных населенных пунктов.

Стратегия развития органа исполнительной власти.

Коммуникационная стратегия.

Стратегия брендинга.

В.Н.Домнин «Колесо бренда».

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Оцените инвестиционную стратегию и привлекательность территории по следующим критериям:

- инвестиционные приоритеты территории (отрасли, технологии опережающего развития, осваиваемые виды продукции, работ и услуг, планируемые к реализации проекты);
- проблемы в инвестиционной сфере и меры по их решению;
- основные цели управления инвестиционными процессами на территории;
- отдельные проекты, обеспечивающие рост инвестиций на территории;
- общие принципы сотрудничества органов государственной власти и органов местного самоуправления в области улучшения инвестиционного климата территории.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Что такое сегментирование рынка?

Одиночный выбор

(!)деление потребителей на однородные группы

(?)деление конкурентов на однородные группы

(?)деление товара на однородные группы

(?)все ответы верны

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	*Знать:* понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук	Этап формирования знаний
		Уметь: проводить системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий.	Этап формирования умений
		Владеть: аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ	Этап формирования знаний
		Уметь: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг).	Этап формирования умений

		Владеть: аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей	Этап формирования умений
		Владеть: маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	**Этапы формирования компетенций**	**Показатель оценивания компетенции**	**Критерии и шкалы оценивания**
ОПК-1, ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно

			применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
ОПК-1, ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению
ОПК-1, ПК-2, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность,	

		умение обобщать и излагать материал.	задания: [0-6] баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие территориального маркетинга.
2. Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге.
3. Зарубежный опыт регулирования организации территории.
4. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории.
5. Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
6. Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории.
7. Роль и значение образования в программе продвижения территории.
8. Основные принципы и этапы внедрения территориального маркетинга.
9. 4 «кита» маркетинга территории.
10. Разработка плана маркетинга территории.
11. План маркетинга территории как целевая программа.
12. Организация деятельности по реализации плана маркетинга территории.
13. Направления деятельности центра территориального маркетинга.
14. Задачи и функции центра территориального маркетинга.
15. Маркетинговые подходы к управлению территориями в зарубежных странах.
16. Опыт внедрения территориального маркетинга в странах Западной Европы и Америки.
17. Маркетинговый подход к управлению территориями в России: опыт, проблемы и направления развития.
18. Элементы внутренней среды территории.
19. Составляющие внешней среды территории. Анализ степени их влияния.
20. Организационные структуры управления территориальным маркетингом.
21. Специфика территориального продукта.
22. Цена территориального продукта.
23. Сущность территориального продукта с точки зрения маркетингового подхода.
24. Целевые группы и их классификация.
25. Бенчмаркинг.
26. Роль и значение рекламы в продвижении территории.
27. Понятие, задачи и инструменты Интернет-маркетинга в управлении продвижением территории
28. Оценка рынков сбыта как основа оценки привлекательности региона.
29. Сегментирование целевых рынков и позиционирование продукта территории.
30. Система позиционирования, продвижения, брендинга территории.
31. Инструментарий реализации стратегий территориального маркетинга.
32. Мотивационные механизмы формирования доброжелательного отношения местного населения к иногородним жителям.
33. Позиционирование и дифференциация территории.
34. Сегментация в территориальном маркетинге. Выбор целевых сегментов рынка.

35. Микросегментация в территориальном маркетинге.
36. Основы эффективности для брендинга мест.
37. Элементы бренда.
38. Официальные и неофициальные символы территории.
39. Процесс создания бренда территории .
40. Показатели измерения бренда территории.
41. Направления брендинга территории.
42. Бренд как стратегический план развития территории.
43. Территориальный ребрендинг.
44. Реклама и позиционирование бренда.
45. Понятие и виды территориального имиджа.
46. Взаимосвязь имиджа, бренда и репутации территории.
47. Объективная и субъективная составляющая имиджа территории.
48. Цели имиджа территории.
49. Федеральный закон "О рекламе".

Аналитическое задание

1. Факторы территориального маркетинга, оказывающие влияние на инвестиционные решения.
2. Особенности потребительского поведения при потреблении услуг туристической сферы.
3. Страновые и межкультурные особенности поведения потребителей – туристов.
4. Программа продвижения территории и ее составные части.
5. Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития.
6. Проблема оценки продукта территории.
7. Предпосылки использования теории маркетинга в территориальном управлении.
8. Понятие некоммерческого маркетинга в контексте маркетинга территорий.
9. Сущность территориального маркетинга.
10. Общее и отличия «территориального маркетинга» и «маркетинга территорий».
11. Оценка территориального продукта - страна.
12. Локализация территориального продукта страны.
13. Процессы дифференциации применительно к маркетингу страны.
14. Понятие конкуренции и конкурентоспособности в территориальном маркетинге.
15. Основные ресурсы территории.
16. Общие подходы к микросегментации в территориальном маркетинге.
17. Привлекательность рыночных сегментов.
18. Позиционирование в территориальном маркетинге.
19. Конкурентоспособность региона.
20. Внутренние и внешние конкурентные преимущества территории.
21. Инвестиционная привлекательность региона.
22. Стратегические компоненты имиджа территории.
23. Негативный образ территории.
24. Инструменты маркетинговых коммуникаций.
25. Паблисити.
26. PR- деятельность.
27. Прямой маркетинг.
28. Реклама.
29. Маркетинг-микс.
30. Принципы маркетинговых коммуникаций территории.

31. Комплексные формы продвижения территории.
32. Виды и функции рекламы.
33. Цели рекламы.
34. Преимущества и недостатки рекламы.
35. Средства распространения рекламы.
36. Принципы формирования рекламного сообщения.
37. Жизненный цикл рекламы.
38. Оценка эффективности рекламы.
39. Маркетинг имиджа.
40. Маркетинг привлекательности.
41. Маркетинг инфраструктуры.
42. Маркетинг населения.
43. Маркетинг развлечений.
44. Маркетинг курортов и лечебно-оздоровительных центров.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473039 (дата обращения: 20.06.2021).
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. —

Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/484237 (дата обращения: 20.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. _ Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/472261 (дата обращения: 20.06.2021).

2. _ Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469273 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Маркетинг территории*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий

по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Маркетинг территории»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Маркетинг территории»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Маркетинг территории»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Маркетинг территории»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Маркетинг территории»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Маркетинг территории»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью Менеджмент,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ГЕОБРЕНДИНГ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Геобрендинг*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Геобрендинг*» разработана: к.с.н., доцент факультета управления Кабанова Е.Е.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы кандидат социологических наук, доцент факультета управления Т.А. Евстратова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» __мая_ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент А.Н. ОСТРОВСКИЙ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов С.В.БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового
университета при Правительстве РФ И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор И.Г. МАЛЯР

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 8

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 11

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 13

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 14

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 25

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 25

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 26

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 28

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 28

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 30

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 30

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 31

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 31

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 33

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 30

5.6 Образовательные технологии 34

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «*Геобрендинг*» заключается в получении обучающимися теоретических знаний о системе маркетинга территорий, инструментов и стратегий маркетинга на отдельных территориях, о методах и технологиях маркетинга территории на различных этапах стратегического планирования, проведения маркетинговых исследований, поиска эксклюзивных объектов, визуализации территориального имиджа, получение навыков разработки и применения необходимых механизмов для решения конкретных задач в области сегментирования рынка и позиционирования территории, рассмотрении роли территориального маркетинга в сфере управления.

Задачи дисциплины (модуля):

– научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления;

– уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления).

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Геобрендинг»* реализуется в *части, формируемой участниками образовательных отношений* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02«Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Геобрендинг»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Социально-психологические основы управления», «Основы медиации в управлении», «Система государственного и муниципального управления».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Социальные и коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении», «Управление территориальными сообществами и земельными ресурсами».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Геобрендинг»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: ОПК-1, ПК-2, ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Общепрофессиональная компетенция (Профессиональная этика)	**ОПК-1**	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук ОПК -1.2 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий. ОПК - 1.3 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	*Знать:* понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук *Уметь:* проводить системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий. *Владеть:* аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.
	ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ *Уметь:* выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). *Владеть:* аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением

				информационных технологий.
	ПК-3	ПК-3 способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей *Уметь:* разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей *Владеть:* маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 5 и 6 семестрах, составляет _5_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**90**	54	36		
Учебные занятия лекционного типа	16	8	8		
Практические занятия	34	22	12		
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	**40**	**24**	16		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**72**	45	27		

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**	**9**	**9**		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**108**	**72**		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	60	24	36		
Учебные занятия лекционного типа	10	4	6		
Практические занятия	20	8	12		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**40**	**12**	18		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	102	39	63		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**	**9**	**9**		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**72**	**108**		

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		5	6		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	60	24	36		
Учебные занятия лекционного типа	10	4	6		
Практические занятия	20	8	12		
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**40**	**12**	18		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	102	39	63		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**18**	**9**	**9**		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**180**	**72**	**108**		

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	32	14	18	4	6		8	
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	32	14	18	4	6		8	
Раздел 3. Формирование имиджа территории	32	14	18	4	6		8	
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	32	14	18	2	8		8	
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	34	16	18	2	8		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**180**	**72**	**90**	**16**	**34**		40	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _5_)								
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	34	20	14	2	4		8	
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	34	20	14	2	4		8	
Раздел 3. Формирование имиджа территории	34	20	14	2	4		8	
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	34	20	14	2	4		8	
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	36	22	14	2	4		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**180**	**102**	**70**	**10**	**20**		40	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	**180**	**102**	**70**	**10**	**20**		40	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _5_)								
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	34	20	14	2	4		8	
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	34	20	14	2	4		8	
Раздел 3. Формирование имиджа территории	34	20	14	2	4		8	
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	34	20	14	2	4		8	
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	36	22	14	2	4		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							
Общий объем, часов	**180**	**102**	**70**	**10**	**20**		40	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	**180**	**102**	**70**	**10**	**20**		40	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Формирование имиджа территории	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	1	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Формирование имиджа территории	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	1	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Формирование имиджа территории	14	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории	12	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении	13	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	4	Расчетное практическое задание	1	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**72**	**40**		**18**		**9**	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1. Социально-экономическая сущность маркетинга территорий

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 1.1. Сущность маркетинга территорий

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные понятия маркетинга территорий. Управление маркетингом территории. Концепции управления маркетингом территории. Территориальный маркетинг. Виды маркетинга территорий. Целевые группы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность маркетинга территорий.

2. Зачем территориям нужен маркетинг территорий?

3. Субъекты территориального маркетинга.

4. Цели, задачи, принципы, функции маркетинга территорий.

5. Экономический и социальный смысл маркетинга территорий.

6. Виды целевых групп.

Тема 1.2. Маркетинговая среда территории

Перечень изучаемых элементов содержания

Внутренняя среда территории. Внешняя среда территорий. Социально-экономическое развитие территории. Комплекс ресурсов. Ситуационные факторы. Финансы. Производственная и непроизводственная сферы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Элементы внутренней среды территории.

2. Составляющие внешней среды территории. Анализ степени их влияния.

3. Природные ресурсы и географическое положение.

4. Технологические ресурсы.

5. Социальные ресурсы.

6. Параметры социально-экономического состояния территории

7. Финансы территории.

8. Экономическое благополучие жителей территории.

9. Социальное благополучие жителей территории.

10. Уровень развития производственной и непроизводственной сферы.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: расчётное практическое задание

Примерные задания:

На примере выбранной территории провести анализ по показателям внутренней среды за последние 5 лет (на основе данных Росстата). Оценить социально-экономическое положение территории. По каждому показателю выделить минимум 7 индикаторов. Каким является образ вашей территории по мнению жителей с точки зрения проживания? Какие конкурентные преимущества вашей территории являются основными? Оцените инвестиционную привлекательность вашей территории. Оценить туристическую привлекательность вашей территории.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Основными объектами территориального маркетинга являются……..:

Множественный выбор

(!) инвесторы

(?) органы власти

(?) коммерческие и некоммерческие организации

(!) жители данной территории

Раздел 2. Разработка элементов комплекса маркетинга территорий

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 2.1. Территориальный продукт и «цена» территориального продукта

Перечень изучаемых элементов содержания

Территориальный продукт. Цена территориального продукта. Элементы территориального продукта.

Вопросы для самоподготовки:

1. Специфика территориального продукта.

2. Цена территориального продукта.

3. Сущность территориального продукта с точки зрения маркетингового подхода.

4. Сравнительный анализ понятий «цена продукта» и «цена территориального продукта».

5. Какие структурные элементы могут быть выделены при анализе территориального продукта?

6. Какие элементы территориального продукта подлежат изменениям и могут быть развиты?

Тема 2.2. Локализация и продвижение территориального продукта

Перечень изучаемых элементов содержания

Локализация территориального продукта. Маркетинговые коммуникационные обращения. Информирование. Участники маркетингового процесса. Реклама. Связи с общественностью. Стратегии маркетинга территорий. Маркетинг имиджа. Маркетнг привлекательности. Маркетинг достопримечательностей. Маркетинг инфраструктуры. Маркетинг населения, персонала. Функциональные стратегии территорий. Деловые стратегии территории.

Вопросы для самоподготовки:

Инструменты маркетинговых коммуникаций.

Паблисити.

PR- деятельность.

Прямой маркетинг.

Реклама.

Специальные сувениры.

Спонсорство.

Маркетинг-микс.

Принципы маркетинговых коммуникаций территории.

Комплексные формы продвижения территории.

Стратегии маркетинга территорий.

Маркетинг имиджа.

Маркетинг привлекательности.

Маркетинг инфраструктуры.

Маркетинг населения.

Маркетинг развлечений.

Маркетинг курортов и лечебно-оздоровительных центров.

Функциональные стратегии территорий.

Разработка деловых стратегий территории

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

1. Проанализируйте официальную Стратегию социально-экономического развития … (города, МО, субъекта РФ – по выбору студента) и определите к какому виду стратегии маркетинга территории (в зависимости от различных критериев классификации – рассмотреть не меньше 3-х) можно ее отнести. Авторскую точку зрения аргументируйте.

2. «Маркетинг достопримечательностей»

Выбрать субъект РФ. Оценить природный и историко-культурный потенциал выбранного субъекта: уникальный и типичный ландшафт, лечебные факторы, исторические памятники и культурные объекты для привлечения туристов, инвесторов, деловых партнеров в субъект. Выделить основные направления современного и перспективного развития туристического бизнеса. Использование сети Интернет как основного канала коммуникации для увеличения числа целевых групп туристов и бизнесменов.Взаимосвязи процесса разработки альтернативных управленческих решений и процедур выбора, принятия и реализации альтернатив.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??) Чем отличается маркетинг имиджа территории от маркетинга ее привлекательности? Одиночный выбор

(?) Маркетинг привлекательности популяризирует особые черты, гарантирующие преимущества в соперничестве территорий

(!) **Маркетинг имиджа пропагандирует уже созданные преимущества территории**

(?) Маркетинг имиджа территории требует больших усилий и затрат в сравнении с маркетингом ее привлекательности

(?) Это одно и то же

Раздел 3. Формирование имиджа территории.

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 3.1. Брендинг территории и работа с репутацией

Перечень изучаемых элементов содержания

Бренд территории. Логотип. Слоган. Репутация. Миссия бренда. Территориальный ребрендинг.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основы эффективности для брендинга мест.

2. Элементы бренда.

3. Официальные и неофициальные символы территории.

4. Процесс создания бренда территории .

5. Показатели измерения бренда территории.

6. Направления брендинга территории.

7. Бренд как стратегический план развития территории.

8. Территориальный ребрендинг.

9. Реклама и позиционирование бренда.

Тема 3.2. Управление имиджем территории

Перечень изучаемых элементов содержания

Имидж территории. Составляющие имиджа. Типология имиджа территории.

Вопросы для самоподготовки:

Понятие и виды территориального имиджа

Взаимосвязь имиджа, бренда и репутации территории.

Объективная и субъективная составляющая имиджа территории.

Цели имиджа территории.

Стратегические компоненты имиджа территории.

Положительный имидж территории.

Слабо выраженный имидж территории.

Излишне традиционный имидж территории.

Противоречивый имидж территории.

Смешанный имидж территории.

Негативный образ территории.

Чрезмерно привлекательный имидж территории

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания:

1. «Брендинг территории»

Цель: рассмотреть особенности брендинга в рамках территориального маркетинга. Задачи:

1. Приведите примеры уникальных характеристик своего населенного пункта.

2. С какими территориями было бы оправдано сотрудничать для развития Вашего населенного пункта? Почему?

3. Какие задачи решает зонирование территории города?

4. Каким образом продвигается информация об официальных и неофициальных символах Вашего муниципального образования?

5. Какие интересные, уникальные события, праздники, мероприятия могут привлечь внимание к вашему муниципальному образованию?

2. «Бренды в конкурентной борьбе территорий за привлечение внешних ресурсов».

Выберите любой регион России и оцените степень эффективности брендинга его территории. Какие сильные и слабые стороны вы находите?

3. Приведите примеры территориального ребрендинга разных стран.

4. Проанализируйте примеры (не меньше 5) использования территорией инструментов формирования и популяризации имиджа (слоганы, темы, визуальные символы, события и действия). Насколько данные примеры отвечают критериям соответствия действительности, правдоподобия, простоты, притягательности и оригинальности.

5. Составьте список мест (не менее 10, в том числе и за рубежом) и слоганов, которые использовали эти места для создания и продвижения своего образа (например, Санкт-Петербург – Город белых ночей).

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Миссия бренда - это? Одиночный выбор

(?) Понимание бренда, основанное на осознанных и неосознанных

нуждах потребителей;

(!) Заявление, указывающее на способы реализации нужд потребителей;

(?) Принципы, лежащие в основе корпоративных взаимоотношений с

работниками, клиентами, СМИ, передающие идейную сущность бренда;

(?) Принципы, лежащие в основе взаимоотношений с клиентами и СМИ, передающие идейную сущность бренда.

Раздел 4. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности территории

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 4.1. Маркетинговые исследования в территориальном маркетинге.

Перечень изучаемых элементов содержания

Маркетинговые исследования. Бенчмаркинг. Территориальный потенциал. Оценка состояния территории.

Вопросы для самоподготовки:

Структура проведения маркетингового исследования территории.

Маркетинговые исследования: понятие и сущность.

Оценка состояния маркетингового потенциала территории.

Конкурентный анализ

SWOT-анализ в территориальном маркетинге.

STEP-анализ в территориальном маркетинге.

Бенчмаркинг.

Тема 4.2. Комплексная оценка конкурентоспособности территории

Перечень изучаемых элементов содержания

Конкурентоспособность территории. Интегральный показатель социально-экономического развития территории. Инвестиционная привлекательность территории. Социально-экономическое развитие территории. Потенциал территории.

Вопросы для самоподготовки:

Система локальных индикаторов оценки внутренней конкурентоспособности территории.

Система локальных индикаторов оценки внешней конкурентоспособности территории.

Типы территории.

Понятие конкурентоспособности территории.

Как определяется инвестиционная привлекательность территории.

Дифференцирование типа конкурентоспособности территориальных социально-экономических систем.

Оценка динамики потенциала бренда (имиджа) территории.

Оценка динамики экономико-финансового потенциала территории.

Оценка динамики природно-ресурсного потенциала территории.

Оценка динамики предпринимательского потенциала территории.

Оценка динамики потенциала инвестиционной привлекательности территории.

Оценка динамики и типа конкурентоспособности территории.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

Структура проведения маркетингового исследования территории.

Маркетинговые исследования: понятие и сущность.

Оценка состояния маркетингового потенциала территории.

Конкурентный анализ

SWOT-анализ в территориальном маркетинге.

STEP-анализ в территориальном маркетинге.

Бенчмаркинг.

Система локальных индикаторов оценки внутренней конкурентоспособности территории.

Система локальных индикаторов оценки внешней конкурентоспособности территории.

Типы территории.

Понятие конкурентоспособности территории.

Как определяется инвестиционная привлекательность территории.

Дифференцирование типа конкурентоспособности территориальных социально-экономических систем.

Оценка динамики потенциала брэнда (имиджа) территории.

Оценка динамики экономико-финансового потенциала территории.

Оценка динамики природно-ресурсного потенциала территории.

Оценка динамики предпринимательского потенциала территории.

Оценка динамики потенциала инвестиционной привлекательности территории.

Оценка динамики и типа конкурентоспособности территории.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)К методам маркетинговых исследований относятся:

Одиночный выбор

(?)подсчет, реклама, опрос

(?)реклама, промышленный шпионаж, опрос

(!)наблюдение, эксперимент, опрос
(?)реклама, эксперимент, опрос

Раздел 5. Целевой маркетинг в территориальном управлении

Цель: научиться владеть навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления; уметь организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие территории

Тема 5.1. Сегментация в территориальном маркетинге.

Перечень изучаемых элементов содержания

Сегментация. Сегмент. Потребности. Потребитель. Бизнес. Туризм. Позиционирование территории. Дифференциация. Продвижение бренда.

Вопросы для самоподготовки:

Определение и сущность сегментов рынка.

Сущность макросегментации в территориальном маркетинге.

Суть микросегментации в территориальном маркетинге.

Функция потребностей.

«Как» удовлетворяются потребности?

Цели, механизмы сегментирования рынка в территориальном маркетинге.

Критерии при оценке территории как места осуществления бизнеса.

Критерии при оценке территории как места для осуществления туристической поездки.

Критерии при оценке территории как места постоянного проживания.

Группы потребителей.

Сущность позиционирования территории.

Сущность дифференциации.

Условия для дифференциации.

Тема 5.2. Функциональные стратегии территорий

Перечень изучаемых элементов содержания

Стратегия. Управление недвижимостью. Социальное развитие. Коммуникации. Социальная защита. «Колесо бренда».

Вопросы для самоподготовки:

Сущность и основные определения функциональных стратегий.

Стратегия управления недвижимостью.

Стратегия социального развития.

Стратегия социальной защиты.

Стратегия развития деятельности и самозанятости.

Стратегия коммуникаций.

Стратегия развития отдельных населенных пунктов.

Стратегия развития органа исполнительной власти.

Коммуникационная стратегия.

Стратегия брендинга.

В.Н.Домнин «Колесо бренда».

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Оцените инвестиционную стратегию и привлекательность территории по следующим критериям:

- инвестиционные приоритеты территории (отрасли, технологии опережающего развития, осваиваемые виды продукции, работ и услуг, планируемые к реализации проекты);
- проблемы в инвестиционной сфере и меры по их решению;
- основные цели управления инвестиционными процессами на территории;
- отдельные проекты, обеспечивающие рост инвестиций на территории;
- общие принципы сотрудничества органов государственной власти и органов местного самоуправления в области улучшения инвестиционного климата территории.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Что такое сегментирование рынка?

Одиночный выбор

(!)деление потребителей на однородные группы

(?)деление конкурентов на однородные группы

(?)деление товара на однородные группы

(?)все ответы верны

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	*Знать:* понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук	Этап формирования знаний
		Уметь: проводить системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий.	Этап формирования умений
		Владеть: аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ	Этап формирования знаний
		Уметь: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг).	Этап формирования умений

		Владеть: аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей	Этап формирования умений
		Владеть: маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	**Этапы формирования компетенций**	**Показатель оценивания компетенции**	**Критерии и шкалы оценивания**
ОПК-1, ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно

			применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
ОПК-1, ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению
ОПК-1, ПК-2, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность,	

		умение обобщать и излагать материал.	задания: [0-6] баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие территориального маркетинга.
2. Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге.
3. Зарубежный опыт регулирования организации территории.
4. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории.
5. Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
6. Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории.
7. Роль и значение образования в программе продвижения территории.
8. Основные принципы и этапы внедрения территориального маркетинга.
9. 4 «кита» маркетинга территории.
10. Разработка плана маркетинга территории.
11. План маркетинга территории как целевая программа.
12. Организация деятельности по реализации плана маркетинга территории.
13. Направления деятельности центра территориального маркетинга.
14. Задачи и функции центра территориального маркетинга.
15. Маркетинговые подходы к управлению территориями в зарубежных странах.
16. Опыт внедрения территориального маркетинга в странах Западной Европы и Америки.
17. Маркетинговый подход к управлению территориями в России: опыт, проблемы и направления развития.
18. Элементы внутренней среды территории.
19. Составляющие внешней среды территории. Анализ степени их влияния.
20. Организационные структуры управления территориальным маркетингом.
21. Специфика территориального продукта.
22. Цена территориального продукта.
23. Сущность территориального продукта с точки зрения маркетингового подхода.
24. Целевые группы и их классификация.
25. Бенчмаркинг.
26. Роль и значение рекламы в продвижении территории.
27. Понятие, задачи и инструменты Интернет-маркетинга в управлении продвижением территории
28. Оценка рынков сбыта как основа оценки привлекательности региона.
29. Сегментирование целевых рынков и позиционирование продукта территории.
30. Система позиционирования, продвижения, брендинга территории.
31. Инструментарий реализации стратегий территориального маркетинга.
32. Мотивационные механизмы формирования доброжелательного отношения местного населения к иногородним жителям.
33. Позиционирование и дифференциация территории.
34. Сегментация в территориальном маркетинге. Выбор целевых сегментов рынка.

35. Микросегментация в территориальном маркетинге.
36. Основы эффективности для брендинга мест.
37. Элементы бренда.
38. Официальные и неофициальные символы территории.
39. Процесс создания бренда территории .
40. Показатели измерения бренда территории.
41. Направления брендинга территории.
42. Бренд как стратегический план развития территории.
43. Территориальный ребрендинг.
44. Реклама и позиционирование бренда.
45. Понятие и виды территориального имиджа.
46. Взаимосвязь имиджа, бренда и репутации территории.
47. Объективная и субъективная составляющая имиджа территории.
48. Цели имиджа территории.
49. Федеральный закон "О рекламе".

Аналитическое задание

1. Факторы территориального маркетинга, оказывающие влияние на инвестиционные решения.
2. Особенности потребительского поведения при потреблении услуг туристической сферы.
3. Страновые и межкультурные особенности поведения потребителей – туристов.
4. Программа продвижения территории и ее составные части.
5. Маркетинговые стратегии городов и планирование городского развития.
6. Проблема оценки продукта территории.
7. Предпосылки использования теории маркетинга в территориальном управлении.
8. Понятие некоммерческого маркетинга в контексте маркетинга территорий.
9. Сущность территориального маркетинга.
10. Общее и отличия «территориального маркетинга» и «маркетинга территорий».
11. Оценка территориального продукта - страна.
12. Локализация территориального продукта страны.
13. Процессы дифференциации применительно к маркетингу страны.
14. Понятие конкуренции и конкурентоспособности в территориальном маркетинге.
15. Основные ресурсы территории.
16. Общие подходы к микросегментации в территориальном маркетинге.
17. Привлекательность рыночных сегментов.
18. Позиционирование в территориальном маркетинге.
19. Конкурентоспособность региона.
20. Внутренние и внешние конкурентные преимущества территории.
21. Инвестиционная привлекательность региона.
22. Стратегические компоненты имиджа территории.
23. Негативный образ территории.
24. Инструменты маркетинговых коммуникаций.
25. Паблисити.
26. PR- деятельность.
27. Прямой маркетинг.
28. Реклама.
29. Маркетинг-микс.
30. Принципы маркетинговых коммуникаций территории.

31. Комплексные формы продвижения территории.
32. Виды и функции рекламы.
33. Цели рекламы.
34. Преимущества и недостатки рекламы.
35. Средства распространения рекламы.
36. Принципы формирования рекламного сообщения.
37. Жизненный цикл рекламы.
38. Оценка эффективности рекламы.
39. Маркетинг имиджа.
40. Маркетинг привлекательности.
41. Маркетинг инфраструктуры.
42. Маркетинг населения.
43. Маркетинг развлечений.
44. Маркетинг курортов и лечебно-оздоровительных центров.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473039 (дата обращения: 20.06.2021).
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. —

Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/484237 (дата обращения: 20.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. _ Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/472261 (дата обращения: 20.06.2021).

2. _ Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469273 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Геобрендинг*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий

по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Геобрендинг»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Геобрендинг»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Геобрендинг»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Геобрендинг»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Геобрендинг»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Геобрендинг»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью Менеджмент,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РАЗРАБОТКА ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Разработка программ лояльности» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

− *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*

− *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Разработка программ лояльности» разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцентом Ветровой Е.А.

Руководитель основной
профессиональной
образовательной программы
к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» _мая_ 2021 года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА
(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового
университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА
(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА
(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР
(подпись)

Содержание:

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 10

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 16

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 16
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 16
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 20
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 21

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 21
5.2. Дополнительная литература 21
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 21
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 22
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 23
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю). 21
5.6 Образовательные технологии 24
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Заключается в получении обучающимися теоретических знаний по поиску, критическому анализу и синтезу информации, применению системного подхода для решения поставленных задач, основным методам финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, применению инвестиционных решений; оцениванию воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализу и выявлению рыночных рисков, анализу поведения потребителей и формирования спроса.

Задачи дисциплины (модуля):

1. быть способным осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
2. быть способным применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения;
3. быть способным оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос

1.2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «Разработка программ лояльности» реализуется в вариативной части основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.

Изучение дисциплины «Разработка программ лояльности» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Организационный менеджмент», «Риск-менеджмент».

Изучение дисциплины «Разработка программ лояльности» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Управление взаимоотношениями с клиентами», «Маркетинговые коммуникации».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) «Разработка программ лояльности» направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных и профессиональных компетенций: УК-1; ПК-1; ПК-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Профессиональная компетенция	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Системное и критическое мышление	**УК-1**	Способен осуществлять поиск, критически	УК-1.1. Осуществляет поиск, интерпретацию и анализ информации, требуемой для решения поставленной задачи	Знать: поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

		й анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.2. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки УК-1.3. Способен применять системный подход для решения поставленных задач, определяет и оценивает последствия возможных решений задачи	Уметь осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Владеть: способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Профессиональные компетенции	**ПК-2**	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	• ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ • ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций Уметь: анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос
Профессиональные компетенции	**ПК-1**	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	ПК-1.1 Знает принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для эффективного управления капиталом предприятия. ПК-1.2 использует на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применяет современные	*Знать:* основные методы финансового менеджмента для оценки активов *Уметь:* управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения *Владеть:* способностью применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения

			методы управления оборотным капиталом. ПК-1.3 разрабатывает и принимает инвестиционные решения, решения по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала.	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 6 семестре, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине (модулю) предусмотрен *экзамен*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	54	54			
Учебные занятия лекционного типа	6	6			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	24	24			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	18	18			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108	108			

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	36	36			
Учебные занятия лекционного типа	6	6			
Практические занятия	12	12			
Лабораторные занятия					

Добавлено примечание ([S2]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Иная контактная работа	18	18			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	36	36			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108	108			

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	36	36			
Учебные занятия лекционного типа	6	6			
Практические занятия	12	12			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	18	18			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	36	36			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	36	36			

Добавлено примечание ([S3]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**				
			Всего	**Лекционного типа**	**Семинарского типа**	**Лабораторные занятия**	**Контактная работа в ЭИОС**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями	18	9	9	2	3	0	4

Тема 1.2 Использование баз данных	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	36	18	18	4	6	0	8
Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика	18	9	9	2	3	0	4
Общий объем, часов	**108**	**54**	**54**	**6**	**24**	**0**	**24**
Форма промежуточной аттестации	**Экзамен (36)**						

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**				
			Всего	**Лекционного типа**	**Семинарского типа**	**Лабораторные занятия**	**Контактная работа в ЭИОС**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Использование баз данных	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	36	18	18	4	6	0	8

Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика	18	9	9	2	3	0	4
Общий объем, часов	**108**	**72**	**18**	**6**	**12**	**0**	**18**
Форма промежуточной аттестации	**Экзамен (36)**						

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**				
			Всего	**Лекционного типа**	**Семинарского типа**	**Лабораторные занятия**	**Контактная работа в ЭИОС**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Использование баз данных	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	36	18	18	4	6	0	8
Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика	18	9	9	2	3	0	4
Общий объем, часов	**108**	**72**	**18**	**6**	**12**	**0**	**18**
Форма промежуточной аттестации	**Экзамен (36)**						

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Всего СРС + контроль**	**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**						
		Академическая активность, час	**Форма академической активности**	**Выполнение практ. заданий, час**	**Форма практического задания**	**Рубежный текущий контроль, час**	**Форма рубежного текущего контроля**	**Контроль (промежут. аттестестация), час**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	18	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	3	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	8
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	18	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	3	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	8
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	18	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	3	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	8
Общий объем, часов	**54**	**9**		**9**		**9**		**24**
Форма промежуточной аттестации		**Экзамен**						

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема		**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**

	Всего СРС + контроль	Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Общий объем, часов	**72**	**15**		**15**		**6**		**18**
Форма промежуточной аттестации		**Экзамен**						

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	**Всего СРС + контроль**	**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**						
		Академическая активность, час	**Форма академической активности**	**Выполнение практ. заданий, час**	**Форма практического задания**	**Рубежный текущий контроль, час**	**Форма рубежного текущего контроля**	**Контроль (промежут. аттестация), час**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6

Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Общий объем, часов	**72**	**15**		**15**		**6**		**18**
Форма промежуточной аттестации		**Экзамен**						

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1 Формирование и использование баз данных

Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Понятие «база данных», значение. Управление маркетинговыми мероприятиями. Источники информации. Аренда адресов. Маркетинг с использованием баз данных и отношения с клиентом. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных. Использование баз данных. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети. ABC – анализ. RFVR и FRAT методы анализа информации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных.
2. Использование баз данных.
3. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети.
4. ABC – анализ.
5. RFVR и FRAT методы анализа информации.

Тема 1.2 Использование баз данных

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Балльная система динамичной оценки клиентов. Длительная стоимость клиента. Клиентские портфолио. Оценка клиента. Отбор. Сегментация. Изучение рынка. Привлечение новых клиентов. Отбор неактивных клиентов. Отбор клиентов, не приносящих доход. Базы данных и вопросы защиты частной информации. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков.

Вопросы для самоподготовки:

1. Базы данных и вопросы защиты частной информации.
2. Типы списков рассылки.
3. Принципы отбора списков.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ Раздел 1 Формирование и использование баз данных

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Понятие «база данных», значение.
2. Управление маркетинговыми мероприятиями.
3. Источники информации.
4. Аренда адресов.
5. Маркетинг с использованием баз данных и отношения с клиентом.
6. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных.
7. Использование баз данных.
8. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети.
9. ABC – анализ. RFVR и FRAT методы анализа информации.
10. Балльная система динамичной оценки клиентов.
11. Длительная стоимость клиента.
12. Клиентские портфолио.
13. Оценка клиента. Отбор.
14. Сегментация. Изучение рынка.
15. Привлечение новых клиентов.
16. Отбор неактивных клиентов.
17. Отбор клиентов, не приносящих доход.
18. Базы данных и вопросы защиты частной информации.
19. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании

Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Понятие и сущность прямого маркетинга. Факторы, обуславливающие рост директ–маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость. Задачи директ – маркетинга. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду. Развитие прямого маркетинга.

Вопросы для самоподготовки:

1. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость.
2. Задачи директ – маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Развитие прямого маркетинга.

Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Понятие директ – маркетинговой компании. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые компании. Условия их использования. Факторы, влияющие на продолжительность директ – маркетинговой компании. Планирование целей директ – маркетинговой компании. Выбор каналов отклика. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Планирование целей директ – маркетинговой компании.
2. Выбор каналов отклика.
3. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
2. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Цели и задачи прямого маркетинга.
5. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
6. Понятие «база данных», значение. Источники информации для формирования баз данных.
7. Оценка клиента с помощью баз данных. Измерение ценности потребителя: совокупная ценность клиента, давность и частотность покупок, денежная стоимость покупок.
8. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных.
9. Аренда адресов рассылки: преимущества и недостатки.
10. Методы анализа клиентов.
11. Понятие директ – маркетинговой компании.
12. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые компании. Условия их использования.
13. Факторы, влияющие на продолжительность директ – маркетинговой компании.

14. Планирование целей директ – маркетинговой компании.
15. Выбор каналов отклика.
16. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.
17. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
18. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость.
19. Задачи директ – маркетинга.
20. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
21. Развитие прямого маркетинга.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика

Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Факторы влияющие на формирование предложения: цена, перевозка и доставка, единица продажи, дополнительные преимущества, обязательство на будущую покупку, возможность покупки в кредит, стимулы, временные ограничения, количественные ограничения, гарантии. Разработка уникальных предложений.

Вопросы для самоподготовки:

Разработка уникальных предложений.

Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Продвижение предложения: предложение бесплатных подарков, предложение типа «приведи друга». Предложения: краткосрочный и долговременный эффект. Стимулирование отклика: условия оплаты, розыгрыш ценных призов, отклик по бесплатной телефонной линии, «письмо от издателя», гарантия. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом. Правила разработки и выбора средств для ответа. Алгоритм поступления и обработки отклика.

Вопросы для самоподготовки:

1. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом.
2. Правила разработки и выбора средств для ответа.
3. Алгоритм поступления и обработки отклика.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3. Формирование предложения и стимулирование отклика

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Факторы влияющие на формирование предложения: цена, перевозка и доставка, единица продажи, дополнительные преимущества, обязательство на будущую покупку, возможность покупки в кредит, стимулы, временные ограничения, количественные ограничения, гарантии.
2. Разработка уникальных предложений.
3. Продвижение предложения: предложение бесплатных подарков, предложение типа «приведи друга».
4. Предложения: краткосрочный и долговременный эффект.
5. Стимулирование отклика: условия оплаты, розыгрыш ценных призов, отклик по бесплатной телефонной линии, «письмо от издателя», гарантия.
6. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом.
7. Правила разработки и выбора средств для ответа.
8. Алгоритм поступления и обработки отклика.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

- Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводятся в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Этап формирования знаний
		Уметь осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Этап формирования умений
		Владеть: способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Этап формирования навыков и получения опыта

ПК-2	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций	Этап формирования знаний
		Уметь: анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Этап формирования умений
		Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-1	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	*Знать:* основные методы финансового менеджмента для оценки активов	Этап формирования знаний
		Уметь: управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	Этап формирования умений
		Владеть: способностью применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	**Этапы формирования компетенций**	**Показатель оценивания компетенции**	**Критерии и шкалы оценивания**
УК-1, ПК-2, ПК-1	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;

			2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
УК-1, ПК-2, ПК-1	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями
УК-1, ПК-2, ПК-1	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)*	

		Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

22. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
23. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
24. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
25. Цели и задачи прямого маркетинга.
26. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
27. Понятие «база данных», значение. Источники информации для формирования баз данных.
28. Оценка клиента с помощью баз данных. Измерение ценности потребителя: совокупная ценность клиента, давность и частотность покупок, денежная стоимость покупок.
29. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных.
30. Аренда адресов рассылки: преимущества и недостатки.
31. Методы анализа клиентов.
32. RFVR и FRAT методы анализа информации.
33. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков рассылки.
34. Факторы, влияющие на формирование предложения. Разработка уникальных предложений.
35. Выбор каналов отклика. Стимулирование отклика.
36. Личная продажа как канал директ – маркетинга.
37. Понятие и преимущества выборочного прямого почтового маркетинга. Обеспечение эффективной работы выборочной прямой почтовой рассылки.
38. Принципы создания директ – мейл – пакетов.
39. Расходы, задействованные в прямой почтовой рассылке.
40. Совместная рассылка как канал директ – маркетинга. Обеспечение эффективной работы совместной почтовой рассылки.
41. Сплошная рассылка как канал директ – маркетинга. Понятие и преимущества сплошной рассылки
42. Каталог как канал директ – маркетинга. Понятие и преимущества маркетинга по каталогу. Прием и исполнение заказов по каталогу.
43. Понятие и преимущества телемаркетинга. Сферы применения телемаркетинга.

44. Виды телемаркетинга. Обеспечение эффективной работы телемаркетинга.
45. Понятие и преимущества рекламы, предполагающей прямой ответ.
46. Использование журналов в директ – маркетинге.
47. Использование газет в директ – маркетинге.
48. Радио как канал директ – маркетинге.
49. Обеспечение эффективной работы колл – центра.
50. Методы организации колл – центров.
51. Понятие и этапы планирования директ – маркетинговой кампании.
52. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые кампании.
53. Причины негативного отклика на директ – маркетинг. Мероприятия по предупреждению
54. Алгоритм поступления и обработки негативных откликов.
55. Понятие и сферы использования текстовых сообщений.
56. Использование Интернета в директ - макетинге.
57. Использование электронной почты в рамках директ – маркетинга в Интернете.
58. Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами.
59. Программы контактов с клиентами.
60. Инструменты управления отношениями с клиентами в директ - маркетинге.
61. Методы укрепления связей с клиентами. Принципы разработки стратегии связи с потребителями.

Аналитическое задание

1. Внедрение новых методов сбора и анализа данных.
2. CATI (устройство для компьютеризированных телефонных опросов).
3. CAPI (устройство для компьютеризированных личных интервью).
4. Peoplemeters (устройство для оценки популярности различных телевизионных передач).
5. Формирование новых подходов к анализу рынка с помощью микромаркетинга и маркетинга баз данных.
6. Применение нововведений в области имеющихся маркетинговых данных, связанных с концепцией управления знаниями.
7. Информационные системы, обеспечивающие эффективную ориентацию на рынок - CRM (customer relationship management - управление взаимоотношениями с клиентами).

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/470338 (дата обращения: 20.06.2021).

2. Новиков, В. Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний : учебное пособие для вузов / В. Э. Новиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01012-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469280 (дата обращения: 20.06.2021).

3. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476773 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2. Дополнительная литература

Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475203 (дата обращения: 20.06.2021).

Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466184 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/

3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Разработка программ лояльности»* предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

- **5.4.1. Средства информационных технологий**
  1. Персональные компьютеры;
  2. Средства доступа в Интернет;
  3. Проектор.

- **5.4.2. Программное обеспечение**

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

- **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС	Электронная библиотека,	http://biblioclub.ru/

	«Университетская библиотека онлайн»	обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Разработка программ лояльности»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Разработка программ лояльности»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Разработка программ лояльности»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Разработка программ лояльности»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Разработка программ лояльности* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Разработка программ лояльности»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью «Менеджмент»,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

РАЗРАБОТКА ЦЕННОСТНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Разработка ценностных предложений» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Разработка ценностных предложений» разработана рабочей группой в составе: к.э.н., доцентом Ветровой Е.А.

Руководитель основной
профессиональной
образовательной программы
к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» _мая__ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА
(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового
университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА
(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА
(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР

Содержание:

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 10

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 10
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 12
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 16

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 16
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 16
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 17
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 19
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 20
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 21

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 21
5.2. Дополнительная литература 21
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 21
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 22
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 23
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю). 21
5.6 Образовательные технологии 24
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Заключается в получении обучающимися теоретических знаний по поиску, критическому анализу и синтезу информации, применению системного подхода для решения поставленных задач, основным методам финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, применению инвестиционных решений; оцениванию воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, анализу и выявлению рыночных рисков, анализу поведения потребителей и формирования спроса.

Задачи дисциплины (модуля):

1. быть способным осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
2. быть способным применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения;
3. быть способным оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос

1.2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «Разработка ценностных предложений» реализуется в вариативной части основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.

Изучение дисциплины «Разработка ценностных предложений» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин: «Организационный менеджмент», «Риск-менеджмент».

Изучение дисциплины «Разработка ценностных предложений» является базовым для последующего освоения программного материала дисциплин: «Управление взаимоотношениями с клиентами», «Маркетинговые коммуникации».

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) «Разработка ценностных предложений» направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных и профессиональных компетенций: УК-1; ПК-1; ПК-2 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент».

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Профессиональная компетенция	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Системное и критическое мышление	**УК-1**	Способен осуществлять поиск, критически	УК-1.1. Осуществляет поиск, интерпретацию и анализ информации, требуемой для решения поставленной задачи	Знать: поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

		й анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.2. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки УК-1.3. Способен применять системный подход для решения поставленных задач, определяет и оценивает последствия возможных решений задачи	Уметь осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Владеть: способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Профессиональные компетенции	**ПК-2**	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	• ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ • ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций Уметь: анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос
Профессиональные компетенции	**ПК-1**	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	ПК-1.1 Знает принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для эффективного управления капиталом предприятия. ПК-1.2 использует на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применяет современные	*Знать:* основные методы финансового менеджмента для оценки активов *Уметь:* управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения *Владеть:* способностью применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения

			методы управления оборотным капиталом. ПК-1.3 разрабатывает и принимает инвестиционные решения, решения по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала.	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 6 семестре, составляет 3 зачетные единицы. По дисциплине (модулю) предусмотрен *экзамен*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	54	54			
Учебные занятия лекционного типа	6	6			
Практические занятия	24	24			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	24	24			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	18	18			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108	108			

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	36	36			
Учебные занятия лекционного типа	6	6			
Практические занятия	12	12			
Лабораторные занятия					

Добавлено примечание ([S2]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Иная контактная работа	18	18			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	36	36			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	108	108			

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	36	36			
Учебные занятия лекционного типа	6	6			
Практические занятия	12	12			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	18	18			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	36	36			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	36	36			

Добавлено примечание ([S3]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**				
			Всего	**Лекционного типа**	**Семинарского типа**	**Лабораторные занятия**	**Контактная работа в ЭИОС**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями	18	9	9	2	3	0	4

Тема 1.2 Использование баз данных	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	36	18	18	4	6	0	8
Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика	18	9	9	2	3	0	4
Общий объем, часов	**108**	**54**	**54**	**6**	**24**	**0**	**24**
Форма промежуточной аттестации	**Экзамен (36)**						

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**				
			Всего	**Лекционного типа**	**Семинарского типа**	**Лабораторные занятия**	**Контактная работа в ЭИОС**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Использование баз данных	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	36	18	18	4	6	0	8

Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика	18	9	9	2	3	0	4
Общий объем, часов	**108**	**72**	**18**	**6**	**12**	**0**	**18**
Форма промежуточной аттестации	**Экзамен (36)**						

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**						
	Всего	**Самостоятельная работа, в т.ч. промежуточная аттестация**	**Контактная работа обучающихся с преподавателем**				
			Всего	**Лекционного типа**	**Семинарского типа**	**Лабораторные занятия**	**Контактная работа в ЭИОС**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	36	18	18	4	6	0	8
Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями	18	9	9	2	3	0	4
Тема 1.2 Использование баз данных	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	36	18	18	4	6	0	8
Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга	18	9	9	2	3	0	4
Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания	18	9	9	2	3	0	4
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	36	18	18	4	6	0	8
Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения	18	9	9	2	3	0	4
Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика	18	9	9	2	3	0	4
Общий объем, часов	**108**	**72**	**18**	**6**	**12**	**0**	**18**
Форма промежуточной аттестации	**Экзамен (36)**						

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Всего СРС + контроль**	**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**						
		Академическая активность, час	**Форма академической активности**	**Выполнение практ. заданий, час**	**Форма практического задания**	**Рубежный текущий контроль, час**	**Форма рубежного текущего контроля**	**Контроль (промежут. аттестестация), час**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	18	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	3	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	8
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	18	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	3	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	8
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	18	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	3	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	8
Общий объем, часов	**54**	**9**		**9**		**9**		**24**
Форма промежуточной аттестации		**Экзамен**						

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема		**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**

	Всего СРС + контроль	Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля	Контроль (промежут. аттестация), час
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Общий объем, часов	**72**	**15**		**15**		**6**		**18**
Форма промежуточной аттестации		**Экзамен**						

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	**Всего СРС + контроль**	**Виды самостоятельной работы обучающихся, в т.ч. контроль**						
		Академическая активность, час	**Форма академической активности**	**Выполнение практ. заданий, час**	**Форма практического задания**	**Рубежный текущий контроль, час**	**Форма рубежного текущего контроля**	**Контроль (промежут. аттестация), час**
Раздел 1 Формирование и использование баз данных	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6

Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика	18	5	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя	6
Общий объем, часов	**72**	**15**		**15**		**6**		**18**
Форма промежуточной аттестации		**Экзамен**						

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1 Формирование и использование баз данных

Тема 1.1 Управление маркетинговыми мероприятиями

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Понятие «база данных», значение. Управление маркетинговыми мероприятиями. Источники информации. Аренда адресов. Маркетинг с использованием баз данных и отношения с клиентом. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных. Использование баз данных. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети. ABC – анализ. RFVR и FRAT методы анализа информации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных.
2. Использование баз данных.
3. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети.
4. ABC – анализ.
5. RFVR и FRAT методы анализа информации.

Тема 1.2 Использование баз данных

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Балльная система динамичной оценки клиентов. Длительная стоимость клиента. Клиентские портфолио. Оценка клиента. Отбор. Сегментация. Изучение рынка. Привлечение новых клиентов. Отбор неактивных клиентов. Отбор клиентов, не приносящих доход. Базы данных и вопросы защиты частной информации. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков.

Вопросы для самоподготовки:

1. Базы данных и вопросы защиты частной информации.
2. Типы списков рассылки.
3. Принципы отбора списков.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ Раздел 1 Формирование и использование баз данных

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Понятие «база данных», значение.
2. Управление маркетинговыми мероприятиями.
3. Источники информации.
4. Аренда адресов.
5. Маркетинг с использованием баз данных и отношения с клиентом.
6. Хранилище и разработка данных в системе управления маркетинга баз данных.
7. Использование баз данных.
8. Использование метода Дейта майнинг для принятия решений: кластерный анализ, диаграмма «Ромашка», анализ потребительской корзины, нейронный сети.
9. ABC – анализ. RFVR и FRAT методы анализа информации.
10. Балльная система динамичной оценки клиентов.
11. Длительная стоимость клиента.
12. Клиентские портфолио.
13. Оценка клиента. Отбор.
14. Сегментация. Изучение рынка.
15. Привлечение новых клиентов.
16. Отбор неактивных клиентов.
17. Отбор клиентов, не приносящих доход.
18. Базы данных и вопросы защиты частной информации.
19. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

Раздел 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании

Тема 2.1 Сущность директ - маркетинга

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Понятие и сущность прямого маркетинга. Факторы, обуславливающие рост директ–маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость. Задачи директ – маркетинга. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду. Развитие прямого маркетинга.

Вопросы для самоподготовки:

1. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость.
2. Задачи директ – маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Развитие прямого маркетинга.

Тема 2.2 Директ – маркетинговая компания

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Понятие директ – маркетинговой компании. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые компании. Условия их использования. Факторы, влияющие на продолжительность директ – маркетинговой компании. Планирование целей директ – маркетинговой компании. Выбор каналов отклика. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.

Вопросы для самоподготовки:

1. Планирование целей директ – маркетинговой компании.
2. Выбор каналов отклика.
3. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2. Разработка и планирование директ – маркетинговой кампании

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
2. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
3. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
4. Цели и задачи прямого маркетинга.
5. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
6. Понятие «база данных», значение. Источники информации для формирования баз данных.
7. Оценка клиента с помощью баз данных. Измерение ценности потребителя: совокупная ценность клиента, давность и частотность покупок, денежная стоимость покупок.
8. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных.
9. Аренда адресов рассылки: преимущества и недостатки.
10. Методы анализа клиентов.
11. Понятие директ – маркетинговой компании.
12. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые компании. Условия их использования.
13. Факторы, влияющие на продолжительность директ – маркетинговой компании.

14. Планирование целей директ – маркетинговой компании.
15. Выбор каналов отклика.
16. Составление программы контактов с клиентами. Планирование количества откликов.
17. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
18. Преимущества прямого маркетинга: целевой отбор аудитории, ориентация на клиента, географическая избирательность, высокая степень эффективности, контроль, гибкость.
19. Задачи директ – маркетинга.
20. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
21. Развитие прямого маркетинга.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

Раздел 3. Формирование предложения и стимулирование отклика

Тема 3.1 Факторы влияющие на формирование предложения

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Факторы влияющие на формирование предложения: цена, перевозка и доставка, единица продажи, дополнительные преимущества, обязательство на будущую покупку, возможность покупки в кредит, стимулы, временные ограничения, количественные ограничения, гарантии. Разработка уникальных предложений.

Вопросы для самоподготовки:

Разработка уникальных предложений.

Тема 3.2 Продвижение предложения и стимулирование отклика

Цель: развить способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1); оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2)

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины:

Продвижение предложения: предложение бесплатных подарков, предложение типа «приведи друга». Предложения: краткосрочный и долговременный эффект. Стимулирование отклика: условия оплаты, розыгрыш ценных призов, отклик по бесплатной телефонной линии, «письмо от издателя», гарантия. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом. Правила разработки и выбора средств для ответа. Алгоритм поступления и обработки отклика.

Вопросы для самоподготовки:

1. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом.
2. Правила разработки и выбора средств для ответа.
3. Алгоритм поступления и обработки отклика.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3. Формирование предложения и стимулирование отклика

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов:

1. Факторы влияющие на формирование предложения: цена, перевозка и доставка, единица продажи, дополнительные преимущества, обязательство на будущую покупку, возможность покупки в кредит, стимулы, временные ограничения, количественные ограничения, гарантии.
2. Разработка уникальных предложений.
3. Продвижение предложения: предложение бесплатных подарков, предложение типа «приведи друга».
4. Предложения: краткосрочный и долговременный эффект.
5. Стимулирование отклика: условия оплаты, розыгрыш ценных призов, отклик по бесплатной телефонной линии, «письмо от издателя», гарантия.
6. Средства ответа: открытки для ответа, бланки заказов с обратным конвертом.
7. Правила разработки и выбора средств для ответа.
8. Алгоритм поступления и обработки отклика.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

- Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **экзамен,** которые проводятся в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Этап формирования знаний
		Уметь осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Этап формирования умений
		Владеть: способностью осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Этап формирования навыков и получения опыта

ПК-2	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций	Этап формирования знаний
		Уметь: анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Этап формирования умений
		Владеть: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-1	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	*Знать:* основные методы финансового менеджмента для оценки активов	Этап формирования знаний
		Уметь: управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	Этап формирования умений
		Владеть: способностью применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	**Этапы формирования компетенций**	**Показатель оценивания компетенции**	**Критерии и шкалы оценивания**
УК-1, ПК-2, ПК-1	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов;

			2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
УК-1, ПК-2, ПК-1	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями
УК-1, ПК-2, ПК-1	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)*	

		Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

22. Понятие и сущность прямого маркетинга. Тенденции развития прямого маркетинга.
23. Преимущества прямого маркетинга. Сравнительная характеристика директ – маркетинга и массового маркетинга.
24. Интегрирование прямого маркетинга в единую маркетинговую среду.
25. Цели и задачи прямого маркетинга.
26. Создание потребительской лояльности с помощью инструментов директ – маркетинга.
27. Понятие «база данных», значение. Источники информации для формирования баз данных.
28. Оценка клиента с помощью баз данных. Измерение ценности потребителя: совокупная ценность клиента, давность и частотность покупок, денежная стоимость покупок.
29. Сегментация и изучение рынка с помощью баз данных.
30. Аренда адресов рассылки: преимущества и недостатки.
31. Методы анализа клиентов.
32. RFVR и FRAT методы анализа информации.
33. Типы списков рассылки. Принципы отбора списков рассылки.
34. Факторы, влияющие на формирование предложения. Разработка уникальных предложений.
35. Выбор каналов отклика. Стимулирование отклика.
36. Личная продажа как канал директ – маркетинга.
37. Понятие и преимущества выборочного прямого почтового маркетинга. Обеспечение эффективной работы выборочной прямой почтовой рассылки.
38. Принципы создания директ – мейл – пакетов.
39. Расходы, задействованные в прямой почтовой рассылке.
40. Совместная рассылка как канал директ – маркетинга. Обеспечение эффективной работы совместной почтовой рассылки.
41. Сплошная рассылка как канал директ – маркетинга. Понятие и преимущества сплошной рассылки
42. Каталог как канал директ – маркетинга. Понятие и преимущества маркетинга по каталогу. Прием и исполнение заказов по каталогу.
43. Понятие и преимущества телемаркетинга. Сферы применения телемаркетинга.

44. Виды телемаркетинга. Обеспечение эффективной работы телемаркетинга.
45. Понятие и преимущества рекламы, предполагающей прямой ответ.
46. Использование журналов в директ – маркетинге.
47. Использование газет в директ – маркетинге.
48. Радио как канал директ – маркетинге.
49. Обеспечение эффективной работы колл – центра.
50. Методы организации колл – центров.
51. Понятие и этапы планирования директ – маркетинговой кампании.
52. Одноступенчатые и многоступенчатые директ – маркетинговые кампании.
53. Причины негативного отклика на директ – маркетинг. Мероприятия по предупреждению
54. Алгоритм поступления и обработки негативных откликов.
55. Понятие и сферы использования текстовых сообщений.
56. Использование Интернета в директ - макетинге.
57. Использование электронной почты в рамках директ – маркетинга в Интернете.
58. Понятие, значение и цели управления отношениями с клиентами.
59. Программы контактов с клиентами.
60. Инструменты управления отношениями с клиентами в директ - маркетинге.
61. Методы укрепления связей с клиентами. Принципы разработки стратегии связи с потребителями.

Аналитическое задание

1. Внедрение новых методов сбора и анализа данных.
2. CATI (устройство для компьютеризированных телефонных опросов).
3. CAPI (устройство для компьютеризированных личных интервью).
4. Peoplemeters (устройство для оценки популярности различных телевизионных передач).
5. Формирование новых подходов к анализу рынка с помощью микромаркетинга и маркетинга баз данных.
6. Применение нововведений в области имеющихся маркетинговых данных, связанных с концепцией управления знаниями.
7. Информационные системы, обеспечивающие эффективную ориентацию на рынок - CRM (customer relationship management - управление взаимоотношениями с клиентами).

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08764-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/470338 (дата обращения: 20.06.2021).

2. Новиков, В. Э. Информационное обеспечение логистической деятельности торговых компаний : учебное пособие для вузов / В. Э. Новиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01012-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469280 (дата обращения: 20.06.2021).

3. Душкина, М. Р. Психология рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12786-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476773 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2. Дополнительная литература

1. Колышкина, Т. Б. Реклама в местах продаж : учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12663-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475203 (дата обращения: 20.06.2021).

2. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/466184 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к	https://urait.ru/

		учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Разработка ценностных предложений»* предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

- **5.4.1. Средства информационных технологий**
  1. Персональные компьютеры;
  2. Средства доступа в Интернет;
  3. Проектор.

- **5.4.2. Программное обеспечение**

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

- **5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных**

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Разработка ценностных предложений»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Разработка ценностных предложений»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Разработка ценностных предложений»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с

внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Разработка ценностных предложений»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Разработка ценностных предложений* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Разработка ценностных предложений»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью «Менеджмент»,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждени
высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске
Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ -
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

Уровень профессионального образования
Высшее образование – бакалавриат

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление проектами в социальной сфере» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана: кандидатом социологических наук, доцентом факультета управления Медведевой Н.В.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол №11 от 27 мая 2021 г

Декан факультета
Кандидат медицинских наук _____ А.Н.Островский

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА
(подпись)

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА
(подпись)

Д.с.н., профессор факультета управления _____ О.А. УРЖА
(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ:

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля). 4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4
РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 8
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 8
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 9
РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 13
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 13
3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 15
РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 19
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 19
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 19
4.3.Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 21
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 23
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 24
РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 24
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 24
5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 25
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 25
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 26
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 24
5.6 Образовательные технологии 28
Лист регистрации изменений 28

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля).

Цель дисциплины (модуля) заключается в формировании знаний в области управления проектами, овладении методологическими и технологическими навыками проектирования, накоплении умений в области разработки, оценки и внедрения проектных знаний в области управления проектами в социальной сфере с последующим применением процесса их в ходе профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины (модуля):

В результате изучения курса выпускник должен решать следующие профессиональные задачи (в сфере информационно-аналитической; организационно-управленческой; предпринимательской деятельности):

- формирование способности определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- формирование способности решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;
- формирование способности выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций;
- формирование способности применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения;
- формирование способности оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос;
- формирование способности проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации;
- формирование способности разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «Управление проектами в социальной сфере» в части, формируемая участниками образовательных отношений дисциплины по выбору основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) «Управление проектами в социальной сфере» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): «Основы менеджмента», «Социальное проектирование в системе управления».

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): «Маркетинговые коммуникации», «Инновационный менеджмент».

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных

компетенций: УК-2; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4, в соответствии с основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент»* (бакалавр)**.**

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Разработка и реализация проектов	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач; выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы, имеющиеся условия, ресурсы и ограничения УК-2.3. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	Знать: действующие правовые нормы в области своей профессиональной деятельности Уметь: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения Владеть навыками: выбора способа решения поставленных задач, учитывая действующие правовые нормы, имеющиеся условия, ресурсы и ограничения
Знания в профессиональной сфере	ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук ОПК -1.2 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий. ОПК - 1.3 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением	Знать: понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук Уметь: применять аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий. Владеть навыками: проведения системного анализа деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий

			информационных технологий.	
Развитие предпринимательской инициативы	ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций ОПК -4.2 разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса	Знать: технологию разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций Уметь: выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций Владеть навыками: разработки бизнес-планов проектов и направлений бизнеса
Профессиональная компетенция	ПК-1	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	ПК-1.1 Знает принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для эффективного управления капиталом предприятия. ПК-1.2 использует на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применяет современные методы управления оборотным капиталом. ПК-1.3 разрабатывает и принимает инвестиционные решения, решения по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала	Знать: принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для эффективного управления капиталом предприятия. Уметь: использовать на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применять современные методы управления оборотным капиталом. Владеть навыками: разработки и принятия инвестиционных решений
Профессиональная компетенция	ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ

		рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	Уметь: использовать методы и средства формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций. Владеть навыками: выявления и анализа рыночных и специфических рисков, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг).
Профессиональная компетенция	ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	Знать: основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей Владеть навыками: управления маркетинговой деятельностью организации
Профессиональная компетенция	ПК-4	Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	ПК-4.1. Определяет конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации, проводит тестирование инновационных товаров (услуг, брендов) ПК-4.2 Создает нематериальные активы (бренды) и внедряет их на рынок, проводит оценку стоимости брендов организации	Знать: технологии разработки инновационных товаров (услуги) Уметь: проводить оценку стоимости брендов организации Владеть навыками: улучшения бизнес-процессов организации

			ПК-4.3 Улучшает бизнес-процессы организации в части управления брендами, использует инструменты проектного управления успешными брендами.	

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 6 семестре, составляет 2 зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен зачет.

Очная форма

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		6			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**36**	**36**			
Учебные занятия лекционного типа	8	8			
Практические занятия	12	12			
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	16	16			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**27**	**27**			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		8			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**24**	**24**			
Учебные занятия лекционного типа	4	4			
Практические занятия	8	8			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	12	12			

Самостоятельная работа обучающихся, всего	**39**	**39**			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		8			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**24**	**24**			
Учебные занятия лекционного типа	4	4			
Практические занятия	8	8			
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	12	12			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**39**	**39**			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**							
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**					
			Всего	**Лекционные занятия**	**Семинарские/ практические**	**Лабораторные занятия**	**Контактная работа в ЭИОС**	**Иная контактная работа**
Модуль 1 (Семестр 4)								
Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере	**36**	**14**	**18**	**4**	**6**			**8**
Тема 1.2. Сущность и содержание управления проектами в социальной сфере	12	4	5	1	2			2

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
Тема 1.2. Методологический комплекс проектирования	12	4	5	1	2			2
Тема 1.3. Современные методы управления проектами. Agile. Scrum. Smart. Six Sigma.	12	6	8	2	2			4
Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сфере	**36**	**13**	**18**	**4**	**6**			**8**
Тема 2.1. Технология разработки социального проекта	12	4	5	1	2			2
Тема 2.2 Стратегия и механизмы реализации проекта	12	4	5	1	2			2
Тема 2.3.Оценка эффективности и результативности проекта	12	5	8	2	2			4
Контроль промежуточной аттестации (час)		9						
Общий объем, часов	**72**	**36**	**36**	**8**	**12**			16
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
Модуль 1 (Семестр 4)								
Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере	**36**	**20**	**12**	**2**	**4**			**6**
Тема 1.2. Сущность и содержание управления проектами в социальной сфере	12	6	4	1	1			2
Тема 1.2. Методологический комплекс проектирования	12	8	4	1	1			2
Тема 1.3. Современные методы управления проектами. Agile. Scrum. Smart. Six Sigma.	12	6	4		2			2
Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сфере	**36**	**19**	**12**	**2**	**4**			**6**
Тема 2.1. Технология разработки социального проекта	12	6	4	1	1			2
Тема 2.2 Стратегия и механизмы реализации проекта	12	6	4	1	1			2
Тема 2.3.Оценка эффективности и результативности проекта	12	7	4		2			2
Контроль промежуточной аттестации (час)	9	9						
Общий объем, часов	**72**	**48**	**24**	**4**	**8**			12
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
Модуль 1 (Семестр 4)								
Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере	**36**	**20**	**12**	**2**	**4**			**6**
Тема 1.2. Сущность и содержание управления проектами в социальной сфере	12	6	4	1	1			2
Тема 1.2. Методологический комплекс проектирования	12	8	4	1	1			2
Тема 1.3. Современные методы управления проектами. Agile. Scrum. Smart. Six Sigma.	12	6	4		2			2
Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сфере	**36**	**19**	**12**	**2**	**4**			**6**
Тема 2.1. Технология разработки социального проекта	12	6	4	1	1			2
Тема 2.2 Стратегия и механизмы реализации проекта	12	6	4	1	1			2
Тема 2.3.Оценка эффективности и результативности проекта	12	7	4		2			2

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические	Лабораторные занятия	Контактная работа в ЭИОС	Иная контактная работа
Контроль промежуточной аттестации (час)		9						
Общий объем, часов	**72**	**48**	**24**	**4**	**8**			12
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
семестр 6							
Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере	13	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сфере	14	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	**27**	**8**		**15**		**4**	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
семестр 6							
Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере	19	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сфере	20	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	**39**	**15**		**20**		**4**	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
семестр 6							
Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере	19	7	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сфере	20	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	10	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя

Общий объем по модулю/семестру, часов	**39**	**15**		**20**		**4**	

3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

Раздел 1. Теоретико-методологические основы управления проектами в социальной сфере

Тема 1.2. Сущность и содержание управления проектами в социальной сфере

Цель: освоение теоретических основ и основных понятий социального проектирования для формирования способности определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; способности решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории.

Перечень изучаемых элементов содержания

Исторические аспекты формирования проектирования. Роль проектирования в цикле управления. Сущность и содержание основных понятий курса. Объект и субъект проектирования. Принципы управления проектами. Особенности управления проектами в социальной сфере.

Применение механизмов интуиции и творчества в процессе проектирования. Взаимообусловленность ментальных парадигм и исследовательских методов в процессе проектирования. Концепция организационного развития как одна из методологических основ процесса проектирования в социальной сфере

Вопросы для самоподготовки:

1. Принципы и функции проектирования в социальной сфере
2. Отличительные особенности социального проектирования
3. Классификация объектов социального проектирования
4. Предметно-научные категории социального конструирования
5. Виды мышления.
6. Алгоритм «закладки» программы для подсознательного мозга (по методике К. Мюллера)

Тема 1.2. Методологический комплекс проектирования

Цель: освоить современные подходы в проектной деятельности; создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; способности применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные предпосылки развития проектирования. Социальная инженерия и социальная утопия как концепции проектирования. Научные подходы к проблеме (объектно-ориентированный, проблемно-ориентированный, субъектно-ориентированный). Сущность классификации подходов с точки зрения их субъектно-объектной принадлежности. Новейшие подходы к социальному проектированию: краткая характеристика.

Системный подход. Свойства проекта как системы. Принципы системного подхода. Внешняя среда системы. Обратная связь. Модель механизма управления для самоорганизующихся систем. Характерные признаки системного анализа в проекте.

Вопросы для самоподготовки:

1. Социальная инженерия и социальная утопия как концепции соц. проектирования объектно-ориентированный подход
2. Проблемно-ориентированный подход
3. Субъектно-ориентированный подход

4. Системный подход – это направление методологии специально научного познания и социальной практики
5. Целостность как свойство проекта
6. Структурность как свойство проекта
7. Иерархичность как свойство проекта
8. Рассмотрение системы с позиции «черного ящика»

Тема 1.3. Современные методы управления проектами. Agile. Scrum. Smart. Six Sigma.

Цель: создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос; способности выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.

Перечень изучаемых элементов содержания

Особенности управление социальными проектами. Управление содержанием проекта. Управление бюджетом проекта. Управление рисками. Управление ресурсами. Управление качеством. Управление коммуникациями. Современные методы управления проектами. Agile. Scrum. Smart. Six Sigma.

Вопросы для самоподготовки:

1. Управление проектами: отечественный опыт
2. Управление проектами: зарубежный опыт
3. Методы управления проектами в социальной сфере: виды и особенности

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1.

Форма практического задания: реферат

Примерные темы рефератов

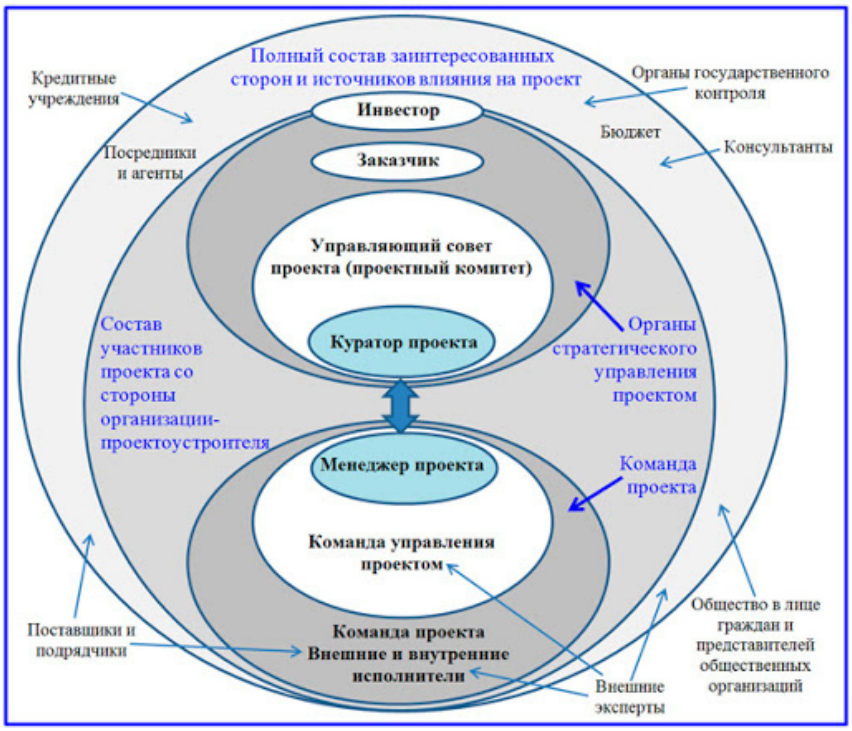
1) Современные концепции социально-проектной деятельности.
2) Понятие социального проекта.
3) Методы проектирования.
4) Социальная диагностика проекта.
5) Типы проектов по характеру проектируемых изменений, по направлениям деятельности; по особенностям финансирования; по масштабам; по срокам реализации.
6) Метод Agile: особенности применения в социальной сфере
7) Метод Scrum: особенности применения в социальной сфере
8) Метод Smart: особенности применения в социальной сфере.
9) Метод Six Sigma: особенности применения в социальной сфере

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

Проанализируйте социальное окружение и выделите участников проектной деятельности на примере одного из национальных проектов РФ.

Составьте схему.



РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

Проектирование – это

Одиночный выбор

а) построение модели желаемого будущего при условии ориентации на реализацию проекта в материальных, технологических и организационных условиях;

б) построение модели прошлого при условии ориентации на реализацию проекта;

в) построение модели настоящего при условии ориентации на реализацию проекта;

г) построение теории при условии ориентации на реализацию проекта.

Раздел 2. Технология разработки и оценка эффективности проекта социальной сфере

Тема 2.1. Технология разработки социального проекта

Цель: создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; формирование способности выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций; проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации.

Перечень изучаемых элементов содержания

Разработка концепции проекта. Этапы разработки проекта. Жизненный цикл проекта. Документационное оформление проекта. Алгоритм текста проекта.

Вопросы для самоподготовки:

1. Документационное оформление проекта.
2. Социологические опросы как метод обоснования социального проекта.
3. Методика текстового описания проекта
4. Нормативная база, информационное обеспечение
5. Паспорт и концепция проекта

Тема 2.2 Стратегия и механизмы реализации проекта

Цель: создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос; разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации.

Перечень изучаемых элементов содержания

Правовое, ресурсное, кадровое, организационное сопровождение проекта. Финансовое обоснование проекта. Ожидаемые последствия реализации проекта

Вопросы для самоподготовки:

1. Планирование и составление бюджета проекта.
2. Рабочий план-график реализации проекта
3. Бюджет проекта
4. Риски проекта

Раздел 2.3. Оценка эффективности проекта и его дальнейшее развитие

Цель: создать теоретико-практические и педагогические условия для формирования и развития способности определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; формирование способности применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные показатели эффективности проекта**.** Финансовая (коммерческая) эффективность. Бюджетная эффективность. Народнохозяйственная экономическая эффективность. Управленческая эффективность. Стандарты и базовые характеристики оценки проекта.

Внутренняя экспертиза проекта. Принципы совместной оценки. Условия успешного применения интерактивной оценки. Модель совместной оценки.

Вопросы для самоподготовки:

1. Полезность оценки
2. Выполнимость оценки
3. Этичность и законность оценки
4. Точность и достоверность используемой информации
5. Преимущества методов совместной оценки проектов
6. Недостатки методов совместной оценки проектов

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

Используя предложенный алгоритм текста проекта, разработайте паспорт проекта. Паспорт проекта развития сферы/направления деятельности (указать конкретную сферу или направление деятельности) муниципального образования на основе следующих параметров:

- наименование проекта,
- куратор проекта, руководитель проекта
- участники проекта
- основания для инициации проекта
- цели (цели) проекта (на основе Smart)
- задачи проекта
- ожидаемые результаты проекта

- критерии эффективности проекта
- период реализации проекта (сроки)
- оценка бюджета проекта и источники финансирования
- риски реализации проекта
- взаимосвязь с другими проектами

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

Проектирование – это

Одиночный выбор

а) построение модели желаемого будущего при условии ориентации на реализацию проекта в материальных, технологических и организационных условиях;
б) построение модели прошлого при условии ориентации на реализацию проекта;
в) построение модели настоящего при условии ориентации на реализацию проекта;
г) построение теории при условии ориентации на реализацию проекта.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольными мероприятиями промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: действующие правовые нормы в области своей профессиональной деятельности	Этап формирования знаний
		Уметь: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения	Этап формирования умений
		Владеть навыками: выбора способа решения поставленных задач, учитывая действующие правовые нормы, имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном	Знать: понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук	Этап формирования знаний

	уровне) экономической, организационной и управленческой теории	Уметь: применять аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	Этап формирования умений
		Владеть навыками: проведения системного анализа деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Знать: технологию разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Этап формирования знаний
		Уметь: выявлять и оценивать возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	Этап формирования умений
		Владеть навыками: разработки бизнес-планов проектов и направлений бизнеса	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-1	Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	Знать: принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для эффективного управления капиталом предприятия.	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применять современные методы управления оборотным капиталом.	Этап формирования умений
		Владеть навыками: разработки и принятия инвестиционных решений	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение	Знать: воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ	Этап формирования знаний
		Уметь: использовать методы и средства формирования спроса потребителей с	Этап формирования умений

	потребителей и формировать спрос	помощью маркетинговых коммуникаций.	
		Владеть навыками: выявления и анализа рыночных и специфических рисков, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг).	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	Знать: основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использовать инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей	Этап формирования умений
		Владеть навыками: управления маркетинговой деятельностью организации	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-4	Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	Знать: технологии разработки инновационных товаров (услуги)	Этап формирования знаний
		Уметь: проводить оценку стоимости брендов организации	Этап формирования умений
		Владеть навыками: улучшения бизнес-процессов организации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3.Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
УК-2; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: [9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный

			материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
УК-2; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: [9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с
УК-2; ОПК-1; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач,	

		владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Сущность и специфика управления проектами в социальной сфере
2. Основные понятия, цели и задачи проектирования в социальной сфере
3. Объект и субъект социального проектирования
4. Принципы и функции социального проектирования
5. Общие научные подходы к проектированию
6. Проблемно-ориентированный подход
7. Субъектно-ориентированный подход
8. Основы системного подхода к проектированию.
9. Свойства проекта как системы
10. Характерные признаки системного анализа в проекте.
11. Общая характеристика методов проектного исследования.
12. Метод «дерево» проблем и целей.
13. Применение механизмов интуиции и творчества в процессе социального проектирования
14. Сущностные характеристики метода положительной оценки ситуации
15. Маркетинговый подход к проектированию в социальной сфере
16. Особенности реализации маркетинговой функции в социальном проектировании.
17. Маркетинговые исследования как основа диагностики в процессе социального проектирования
18. Программно-целевой подход.
19. Технология разработки социального проекта
20. Цели и задачи проекта
21. Стратегия и механизмы реализации проекта
22. Планирование мероприятий проекта, составление бюджета и финансовое обоснование проекта
23. Оценка жизнеспособности проекта. Социальная диагностика (соответствие социальным показателям и нормативам).
24. Оценка эффективности и результативности проекта
25. Дальнейшее развитие проекта, перспективы его финансовой стабильности.
26. Внутренняя экспертиза проекта
27. Методы совместной оценки проекта

Аналитическое задание

1. Социокультурная сфера как область проектирования

2. Социальная инженерия и социальная утопия как концепции соц. проектирования объектно-ориентированный подход
3. Новейшие подходы к проектированию: краткая характеристика.
4. Научные подходы к проблеме (объектно-ориентированный, проблемно-ориентированный, субъектно-ориентированный).
5. Системный подход – это направление методологии специально научного познания и социальной практики
6. Программно-целевое управление: сущность, содержание, требования
7. Практика использования программно-целевого подхода в отечественном опыте
8. Роль и значение социального проектирования в современной системе управления.
9. Региональная практика проектной деятельности в социальной сфере.
10. Роль проектирования в социально-экономическом развитии региона.
11. Приоритетные инвестиционные проекты в развитии региона.
12. Роль государственно-частного партнерства в развитии региона.
13. Планирование комплексного социально-экономического развития муниципального образования
14. Система оценки эффективности муниципального управления
15. Мониторинг реализации муниципальных проектов.
16. Анализ рисков реализации муниципальных проектов.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Стегний, В. Н. Социальное прогнозирование и проектирование : учебник для вузов / В. Н. Стегний. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 182 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07184-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473066 (дата обращения: 03.06.2021).
2. Проектное управление в органах власти : учебник и практикум для вузов / Н. С. Гегедюш [и др.] ; ответственный редактор Н. С. Гегедюш. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 186 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12623-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476653 (дата обращения: 03.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература:

1. Солодянкина, О. В. Прогнозирование, проектирование и моделирование в социальной работе : учебник и практикум для вузов / О. В. Солодянкина. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07566-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471147 (дата обращения: 03.06.2021).

2. Социология города. Проектирование социальных изменений в городской среде : учебное пособие для вузов / Г. Б. Кораблева [и др.] ; под общей редакцией Г. Б. Кораблевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 125 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07573-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/454684 (дата обращения: 03.06.2021).

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Институт научной информации по общественным наукам http://www.inion.ru/
2. Российская государственная библиотека// электронный каталог http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
3. Президентская библиотека http://www.prlib.ru
4. Национальная электронная библиотека http://www.rusneb.ru
5. Федеральная служба государственной статистики РФ http://www.gks.ru

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Управление проектами в социальной сфере*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;

− ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

− внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов практического задания проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;

3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Управление проектами в социальной сфере»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет), а также (при наличии).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания

мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Управление проектами в социальной сфере»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Управление проектами в социальной сфере»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций и др. в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Управление проектами в социальной сфере»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *Управление проектами в социальной сфере»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Управление проектами в социальной сфере»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки:
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль):
Управление маркетингом

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА

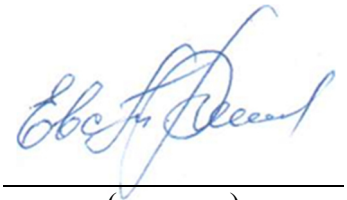
Уровень профессионального образования
Высшее образование – бакалавриат

Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12 августа 2020 г. №970, профессиональных стандартов «Специалист по финансовому консультированию», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 19 марта 2015 г. N 167н, «Специалист по управлению рисками», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 30 августа 2018 года N 564н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана: кандидатом социологических наук, доцентом Рогач Ольгой Владимировной.

Руководитель основной
профессиональной
образовательной программы
к.с.н., доцент  Т.А. ЕВСТРАТОВА

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол №11 от 27 мая 2021 г.

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
Доцент А.Н. Островский

(подпись)

Рабочая программа дисциплины «Управление рисками в проектной деятельности» рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов С.В.БАРАНОВ

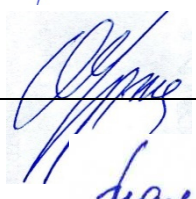
(подпись)

Рабочая программа дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

д.э.н., профессор Финансового
университета при Правительстве РФ И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

д.с.н., профессор

 О.А. УРЖА

Согласовано
Научная библиотека, директор И.Г. МАЛЯР

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)....4
1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)....4
1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалаврита....4
1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ……..…5

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)....11
2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работы обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося....11
2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)....12

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)....16
3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)....16
3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)....18

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)....22
4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)....22
4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы....22
4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания....24
4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы....25
4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций....26

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)....26
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)....26
5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)....27
5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)....28
5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)....30
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 31
5.6 Образовательные технологии....31
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ....32

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1. Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» заключается в формировании у обучающихся знаний в области экономической, организационной и управленческой теории, методов финансового менеджмента, действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений для оценки активов, воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций, управления оборотным капиталом, принятия управленческих решений на основе анализа и оценки рыночных рисков, изучения поведения потребителей, проведения маркетинговых исследований и пр.

Задачи дисциплины (модуля).

В результате изучения курса выпускник должен решать следующие профессиональные задачи (в сфере проектной, организационно-управленческой, коммуникативной и исполнительно-распорядительной деятельности):

1. быть способным определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
2. быть способным решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории;
3. быть способным применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения;
4. быть способным оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос;
5. быть способным проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации;
6. быть способным разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) «Управление рисками в проектной деятельности» реализуется в обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений части основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) очной, очно-заочной и очно-заочной с применением ДОТ формам обучения.

Изучение дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися в ходе изучения «Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Проектная деятельность».

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем):

- «Социальное проектирование в системе управления»,
- «Стратегический менеджмент»,
- «Разработка и управление start up проектами».

1.3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных и общепрофессиональных компетенций: УК-2; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата).

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Результаты обучения**
Универсальная (Разработка и реализация проектов)	УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач; выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы, имеющиеся условия, ресурсы и ограничения УК-2.3. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	Знать: правовые нормы, имеющиеся условия, ресурсы и ограничения в рамках выбора оптимального способа решения поставленной цели. Уметь: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения Владеть: навыками выполнения задач в зоне своей ответственности в

				соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач
Общепрофессиональная (Знания в профессиональной сфере)	ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1 Формулирует и формализует профессиональные задачи, используя понятийный аппарат экономической, организационной и управленческой наук ОПК -1.2 Проводит системный анализ деятельности организации и ее составляющих, используя компьютерный инструментарий. ОПК - 1.3 Применяет аналитический инструментарий для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	*Знать:* экономическую, организационную и управленческую теорию *Уметь:* решать профессиональные задачи на основе полученных знаний *Владеть:* навыками использования аналитического инструментария для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий

Профессиональные компетенции	ПК-1	ПК-1 Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	ПК-1.1 Знает принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для эффективного управления капиталом предприятия. ПК-1.2 использует на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применяет современные методы управления оборотным капиталом. ПК-1.3 разрабатывает и принимает инвестиционные решения, решения по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала	*Знать*: принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для эффективного управления *Уметь*: использовать на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применяет современные методы управления оборотным капиталом. *Владеть*: навыками разработки и принятия инвестиционных решений, решений по

				финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала
Профессиональные компетенции	ПК-2	ПК-2 способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	*Знать:* макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ *Уметь:* выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявлять потребности покупателей товаров (услуг). *Владеть:* методами и средствами формирова

				ния спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.
Профессиональные компетенции	ПК-3	ПК-3 способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей *Уметь:* разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей *Владеть:* навыками формирования предложений по

				совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации
Профессиональные компетенции	ПК-4	ПК-4 Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	ПК-4.1. Определяет конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации, проводит тестирование инновационных товаров (услуг, брендов) ПК-4.2 Создает нематериальные активы (бренды) и внедряет их на рынок, проводит оценку стоимости брендов организации ПК-4.3 Улучшает бизнес-процессы организации в части управления брендами, использует инструменты проектного управления успешными брендами.	*Знать:* бизнес-процессы организации, основы управления брендами *Уметь:* создавать нематериальные активы (бренды) и внедряет их на рынок, проводит оценку стоимости брендов организации *Владеть:* инструментами инструменты проектного управления успешными брендами.

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 6 семестре, составляет 2 зачетные единицы. По дисциплине (модулю) предусмотрен зачет.

Очная форма обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		6				
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**36**	**36**				
Учебные занятия лекционного типа	8	8				
Практические занятия	12	12				
Лабораторные занятия	0	0				
Иная контактная работа	**16**	**16**				
Иная контактная работа. Практическая подготовка	**0**	**0**				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**27**	**27**				
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**Зачет (9)**				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**				

Очно-заочная форма обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		8				
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**24**	**24**				
Учебные занятия лекционного типа	4	4				
Практические занятия	8	8				
Лабораторные занятия	0	0				
Иная контактная работа	**12**	**12**				
Иная контактная работа. Практическая подготовка	**0**	**0**				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**39**	**39**				
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**Зачет (9)**				

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**				

Очно-заочная форма обучения с применением ДОТ:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры				
		8				
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**24**	**24**				
Учебные занятия лекционного типа	4	4				
Практические занятия	8	8				
Лабораторные занятия	0	0				
Иная контактная работа	**12**	**12**				
Иная контактная работа. Практическая подготовка	**0**	**0**				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**39**	**39**				
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**Зачет (9)**				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**				

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**							
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**					
			Всего	**Лекционные занятия**	**Семинарские/ практические занятия**	**Лабораторные занятия**	**Иная контактная работа**	
							Всего	**Практическая подготовка**
Модуль 1 (Семестр 6)								
Раздел 1.1 Организация процесса управления рисками в проекте	36	14	18	4	6	0	8	0

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1.2 Методы оценки и минимизации рисков в проекте.	36	13	18	4	6	0	8	0
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							0
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**8**	**12**	**0**	**16**	0
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр 8)								
Раздел 1.1 Организация процесса управления рисками в проекте	36	20	12	2	4	0	6	0
Раздел 1.2 Методы оценки и минимизации рисков в проекте.	36	19	12	2	4	0	6	0

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							0
Общий объем, часов	**72**	**39**	**24**	**4**	**8**	**0**	**12**	0
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							

Очно-заочной формы обучения с применением ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр 8)								
Раздел 1.1 Организация процесса управления рисками в проекте	36	20	12	2	4	0	6	0
Раздел 1.2 Методы оценки и минимизации рисков в проекте.	36	19	12	2	4	0	6	0

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**							0
Общий объем, часов	**72**	**39**	**24**	**4**	**8**	**0**	**12**	0
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. (семестр 6)							
Раздел 1.1 Организация процесса управления рисками в проекте	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетно-практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 1.2 Методы оценки и минимизации рисков в проекте.	13	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	5	Расчетно-практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	**27**	**12**		**11**		**4**	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. (семестр 8)							

Раздел 1.1 Организация процесса управления рисками в проекте	20	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Расчетно-практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 1.2 Методы оценки и минимизации рисков в проекте.	19	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	Расчетно-практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	**39**	**20**		**15**		**4**	

Очно-заочной формы обучения с применением ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. (семестр 8)							
Раздел 1.1 Организация процесса управления рисками в проекте	20	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	Расчетно-практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 1.2 Методы оценки и минимизации рисков в проекте.	19	10	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	7	Расчетно-практическое задание	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	**39**	**20**		**15**		**4**	

3.2. Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В ПРОЕКТЕ.

Цель: способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2); решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории (ОПК-1); применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения (ПК-1).

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие риска в проектном управлении. Учет неопределенности и риска в проектном управлении. Сущность и специфика управления рисками в проектной деятельности. Алгоритм экспертного анализа рисков. Факторы риска. Этапы выявления (идентификации) риска. Этапы управления риском в проекте. Приоритетные задачи проект-менеджера по анализу и оценке риска. Программа управления рисками в проекте. Управление риском в течении жизненного цикла проекта.

Тема 1. Сущность и специфика управления рисками в проектной деятельности.

Вопросы для самоподготовки:

1. Определение риска проекта.
2. Виды неопределенности.
3. Прогнозирование рисковых ситуаций в условиях неопределенности.
4. Обоснование отказа от риска.
5. Обоснование риска при определенных условиях.

Тема 2. Программа управления рисками в проекте.

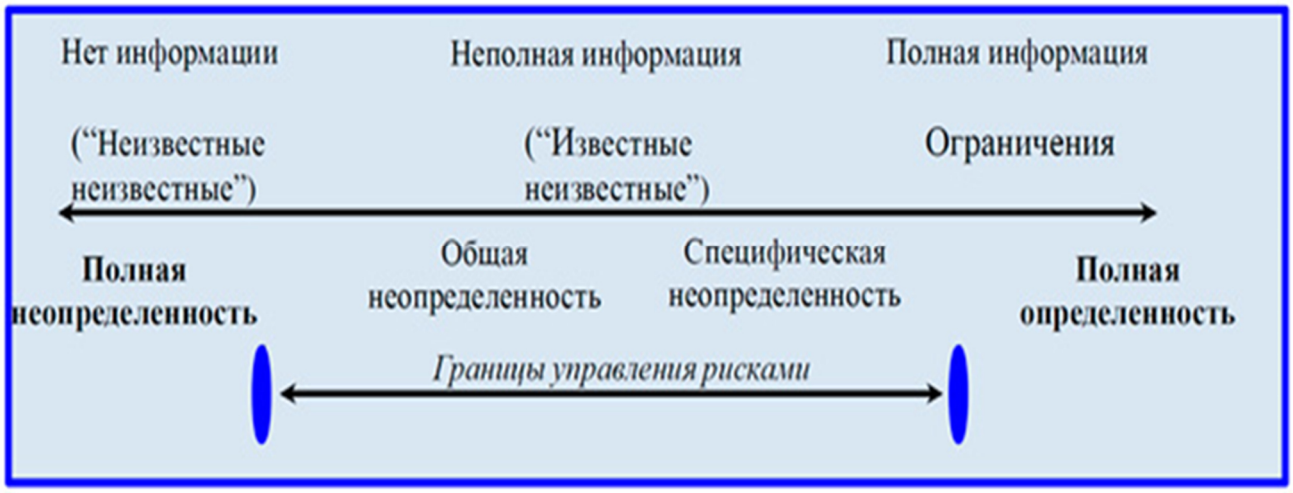
Вопросы для самоподготовки:

1. Ликвидация причин и последствий проявившихся рисков
2. Адаптация «обновленных» после кризиса организаций к изменившимся условиям.
3. Инструментарий идентификации рисков.
4. Снижение, сохранение и передача риска в проектном управлении.
5. Принципы, которыми должен руководствоваться проект-менеджер при управлении рисками проекта.
6. Структура программы управления рисками в проекте.
7. Модель организации работ по управлению рисковыми проектами.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Проанализируйте представленную блок-схему, которая позволяет определить границы управления рисками в зависимости от степени неопределенности (полная неопределенность/полная определенность), и исходя из полноты имеющейся информации. Проанализируйте ее и приведите пример деятельности организации в условиях отсутствия информации/неполной информации/полной информации.



РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)… - это воздействие на проект и его элементы непредвиденных событий, которые могут нанести определенный ущерб и препятствовать достижению целей проекта(??) Одиночный выбор

(!)риск проекта

(?)фактор неопределенности

(?)негативные факторы

РАЗДЕЛ 2. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ И МИНИМИЗАЦИИ РИСКОВ В ПРОЕКТЕ.

Цель: способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос (ПК-2); проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации (ПК-3); разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации (ПК-4).

Перечень изучаемых элементов содержания

Методы оценки рисков. Методы, позволяющие минимизировать проектные риски: распределение рисков, резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов, страхование рисков. Распределение риска между участниками проекта. Финансирование риска.

Тема 1. Методы оценки проектных рисков.

Вопросы для самоподготовки:

1. Количественная оценка рисков с помощью методов математической статистики.
2. Методы экспертной оценки рисков.
3. Планирование реагирования на риски.
4. Методы имитационного моделирование рисков.
5. Комбинированные методы оценки рисков.

Тема 2. Методы управления рисками проекта.

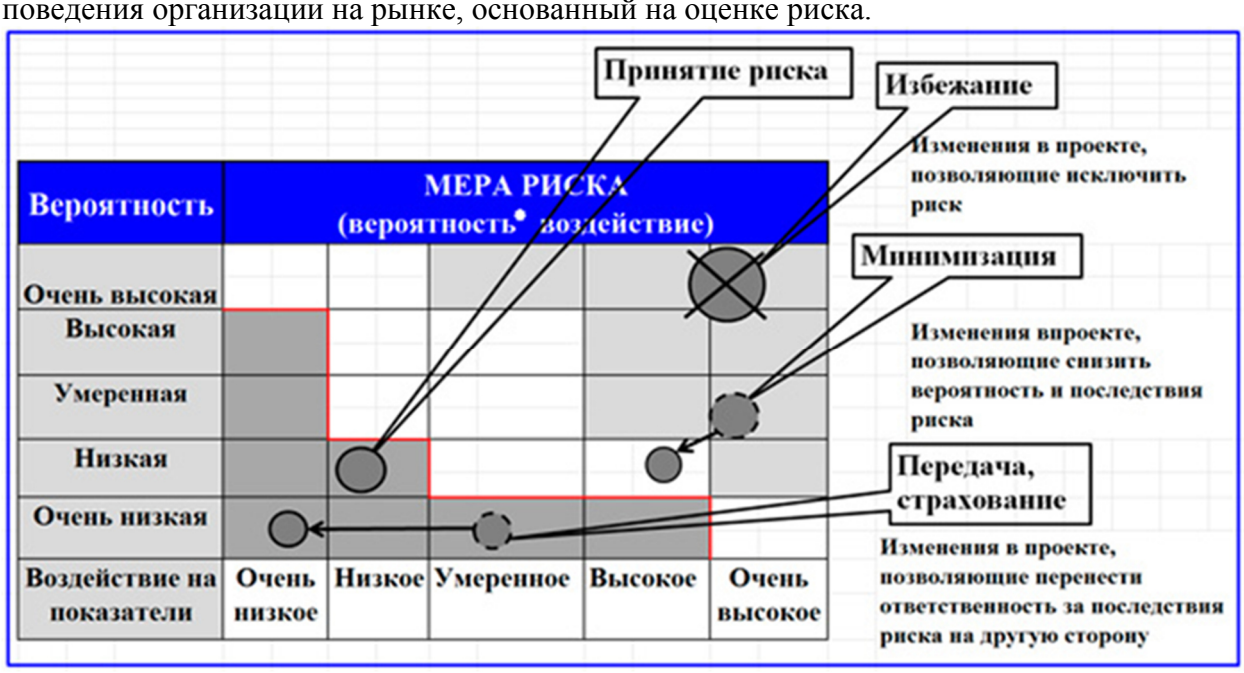
Вопросы для самоподготовки:

1. Распределение рисков.
2. Нестрахуемый риск.
3. Резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов, страхование рисков.
4. Оценка эффективности методов снижения рисков.
5. Методы финансирования риска для возмещения (с наименьшими затратами) убытков, которые несет компания, несмотря на ее усилия по контролю за риском.
6. Цели использования резерва, выделенного на покрытие непредвиденных расходов.
7. Понятие приемлемого риска.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Проанализируйте представленную на рисунке блок-схему. Дайте характеристику ее ключевым блоков. Определите взаимосвязи. Приведите пример выбора стратегии поведения организации на рынке, основанный на оценке риска.



РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Распределение риска между участниками проекта может быть … (??) Одиночный выбор

(!)качественным и количественным

(?)прямым и косвенным

(?)длительным и дискретным

Оформление работ, выполняемых в рамках самостоятельной работы осуществляется в соответствии с Методическими указаниями по оформлению письменных работ обучающихся в рамках самостоятельной работы, утвержденными Учебно-методическим советом РГСУ, Протокол № 2 от 25 июня 2015 года.

Конкретные практические задания и задания для рубежного контроля определяются в учебно-методических материалах по работе обучающихся в электронной

информационно-образовательной среде РГСУ с применением технологий электронного обучения по данной дисциплине, утверждаемых ежегодно факультетом.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю).

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является зачет, который проводится в устной форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: правовые нормы, имеющиеся условия, ресурсы и ограничения в рамках выбора оптимального способа решения поставленной цели.	Этап формирования знаний.
		Уметь: определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения	Этап формирования умений.
		Владеть: навыками выполнения задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	Этап формирования навыков и получения опыта.
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне)	Знать: экономическую, организационную и управленческую теорию	Этап формирования знаний.
		Уметь: решать профессиональные задачи на основе полученных знаний	Этап формирования умений.

	экономической, организационной и управленческой теории	Владеть: навыками использования аналитического инструментария для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий	Этап формирования навыков и получения опыта.
ПК-1	ПК-1 Способен применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управлять оборотным капиталом, принимать инвестиционные решения	Знать: принципы, приёмы и методы финансового менеджмента, структуру оборотного капитала, основные принципы и приемы управления капитальными вложениями для эффективного управления	
		Уметь: использовать на практике основные финансовые инструменты, существующие на российском рынке, применяет современные методы управления оборотным капиталом.	
		Владеть: навыками разработки и принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала	
ПК-2	ПК-2 способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	Знать: макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ	
		Уметь: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и	

		выявлять потребности покупателей товаров (услуг).	
		Владеть: методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	
ПК-3	ПК-3 способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	Знать: основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей	
		Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей	
		Владеть: навыками формирования предложений по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	
ПК-4	ПК-4 Способен разрабатывать, тестировать и внедрять инновационные товары (услуги), создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	Знать: бизнес-процессы организации, основы управления брендами	
		Уметь: создавать нематериальные активы (бренды) и внедряет их на рынок, проводит оценку стоимости брендов организации	
		Владеть: инструментами инструменты проектного управления успешными брендами.	

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	***Этапы формирования компетенций***	***Показатель оценивания компетенции***	***Критерии и шкалы оценивания***
УК-2; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок – 9-10 баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения -7-8 баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала - 5-6 баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки -0-4 балла.
УК-2; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Этап формирования умений.	Расчетное практическое задание и контрольная работа Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам,	1. Оформление в соответствии с требованиями (1 балл); 2. Выбор источников информации (1 балл); 3. Умение ими пользоваться (1 балл); 4. Анализ и выводы, отражающие суть изучаемого явления с указанием конкретных результатов (2 балла) Максимальная оценка - 5 баллов
УК-2; ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Этап формирования навыков и получения опыта.		

		обоснование принятых решений	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие риска в проектном управлении.
2. Учет неопределенности и риска в проектном управлении.
3. Виды неопределенности.
4. Сущность и специфика управления рисками в проектной деятельности.
5. Алгоритм экспертного анализа рисков.
6. Инструментарий идентификации рисков.
7. Факторы, влияющие на возникновение риска при реализации проекта.
8. Этапы выявления (идентификации) риска.
9. Этапы управления риском в проекте.
10. Программа управления рисками в проекте, ее ключевые блоки.
11. Управление риском в течении жизненного цикла проекта.
12. Обоснование отказа от риска.
13. Ликвидация причин и последствий проявившихся рисков.
14. Адаптация «обновленных» после кризиса организаций к изменившимся условиям.
15. Специфика снижения риска в проекте.
16. Сохранение риска в проектном управлении.
17. Передача риска в проектном управлении.
18. Структура программы управления рисками в проекте.
19. Модель организации работ по управлению рисковыми проектами.
20. Количественная оценка рисков с помощью методов математической статистики.
21. Методы экспертной оценки рисков.
22. Планирование реагирования на риски.
23. Методы имитационного моделирование рисков.
24. Комбинированные методы оценки рисков.
25. Распределение рисков в проекте.
26. Резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов, страхование рисков.
27. Методы финансирования риска для возмещения убытков.
28. Контроль рисков.
29. Понятие приемлемого риска.

Аналитическое задание

1. Обоснуйте ключевые требования к информации в проектном управлении.
2. Проанализируйте приоритетные задачи проект-менеджера по анализу и оценке риска.
3. Каким образом осуществляется прогнозирование рисковых ситуаций в условиях неопределенности?

4. Обоснуйте принципы, которыми должен руководствоваться проект-менеджер при управлении рисками проекта.
5. Дайте характеристику «нестрахуемый риск». Приведите пример.
6. Дайте оценку эффективности методов снижения рисков.
7. Обоснуйте методы, позволяющие минимизировать проектные риски.
8. Каким образом осуществляется распределение риска между участниками проекта?
9. Что в себя включает финансирование риска?
10. Каким образом формируется резерв на покрытие непредвиденных расходов?

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам в Российском государственном социальном университете и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам – программам среднего профессионального образования, программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468930 (дата обращения: 15.06.2021).
2. Вяткин, В. Н. Риск-менеджмент : учебник / В. Н. Вяткин, В. А. Гамза, Ф. В. Маевский. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-3502-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469020 (дата обращения: 15.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Управление инвестиционными проектами в условиях риска и неопределенности : учебное пособие для вузов / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова, Е. Ф. Щипанов. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04586-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471579 (дата обращения: 15.06.2021).
2. Воронцовский, А. В. Управление рисками : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 485 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12206-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469401 (дата обращения: 15.06.2021).
3. Шкурко, В. Е. Управление рисками проекта : учебное пособие для вузов / В. Е. Шкурко ; под научной редакцией А. В. Гребенкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05843-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473824 (дата обращения: 15.06.2021).

5.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов проводится обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждому практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows 7
2. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5. 7-Zip
6. SKY DNS
7. TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) «Управление рисками в проектной деятельности» в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет.

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Управление рисками в проектной деятельности»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Управление рисками в проектной деятельности»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) «*Управление рисками в проектной деятельности*» предусмотрено применение электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) «*Управление рисками в проектной деятельности*» предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Управление рисками в проектной деятельности»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой основной профессиональной образовательной программы.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ФОРМИРОВАНИЕ МАРОЧНОГО КАПИТАЛА

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

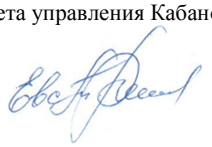
Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Формирование марочного капитала*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

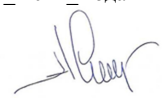
- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Формирование марочного капитала*» разработана: к.с.н., доцент факультета управления Кабанова Е.Е.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы кандидат социологических наук, доцент факультета управления  Т.А. Евстратова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» __мая_ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент  А.Н. ОСТРОВСКИЙ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

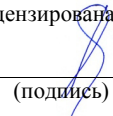
Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора Т. БАСКИНА

(подпись)

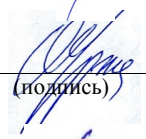
Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов С.В.БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового
университета при Правительстве РФ  И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления  О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор И.Г. МАЛЯР

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 11

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 16

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 16

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 30

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 31

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 32

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 33

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 35

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 36

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 36

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 36

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 37

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 38

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 36

5.6 Образовательные технологии 39

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «*Формирование марочного капитала*» заключается в получении обучающимися теоретических знаний об основных подходах к формированию марочного капитала коммерческой организации, принципах, технологиях разработки, построения, оценки и управления марочным капиталом.

Задачи дисциплины (модуля):

– научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

– научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) *«Формирование марочного капитала»* реализуется в *части, формируемой участниками образовательных отношений* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02«Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Формирование марочного капитала»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Социально-психологические основы управления», «Основы медиации в управлении», «Система государственного и муниципального управления».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Социальные и коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении», «Управление территориальными сообществами и земельными ресурсами».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Формирование марочного капитала»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: ПК-2, ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ *Уметь:* выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). *Владеть:* аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.
Общепрофессиональная компетенция (Профессиональная этика	**ПК-3**	ПК-3 способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельность	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей *Уметь:* разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей *Владеть:* маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы

		ю организации	продвижения товаров (услуг) организации	продвижения товаров (услуг) организации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 7 семестре, составляет _9_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *экзамен*

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		7		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	162	162		
Учебные занятия лекционного типа	36	36		
Практические занятия	54	54		
Лабораторные занятия				
Иная контактная работа	72	72		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	126	126		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**324**	**324**		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		7		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	162	162		
Учебные занятия лекционного типа	36	36		
Практические занятия	54	54		
Лабораторные занятия				
Иная контактная работа	72	72		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	126	126		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**		

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Добавлено примечание ([S2]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**324**	**324**		

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**		
		7		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	162	162		
Учебные занятия лекционного типа	36	36		
Практические занятия	54	54		
Лабораторные занятия				
Иная контактная работа	72	72		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	126	126		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**324**	**324**		

Добавлено примечание ([S3]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**							
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**					
			Всего	**Лекционные занятия**	**Семинарские/ практические занятия**	**Лабораторные занятия**	**Иная контактная работа**	
							Всего	**Практическая подготовка**
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 2. Создание марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	32	14	18	4	6		8	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	32	14	18	4	6		8	
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 8. Капитал бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	32	14	18	4	6		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**							
Общий объем, часов	**288**	**126**	**162**	**36**	**54**		72	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 2. Создание марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	32	14	18	4	6		8	
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 8. Капитал бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	32	14	18	4	6		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Общий объем, часов	**288**	**126**	**162**	**36**	**54**		72	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 2. Создание марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	32	14	18	4	6		8	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 8. Капитал бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	32	14	18	4	6		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**							
Общий объем, часов	**288**	**126**	**162**	**36**	**54**		72	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся

		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Создание марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование

Раздел 8. Капитал бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**126**	**54**		**54**		**36**	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Создание марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование

Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 8. Капитал бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**126**	**54**		**54**		**36**	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование

Раздел 2. Создание марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 8. Капитал бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**126**	**54**		**54**		**36**	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 1.1. История торговой марки.

Перечень изучаемых элементов содержания

Геральдика. Товарное обозначение. Торговый знак. Торговая марка. Товарный знак.

Вопросы для самоподготовки:

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.

Тема 1.2. Марочные товары: основные понятия и содержание.

Перечень изучаемых элементов содержания

Марочный знак. Бренд. Товарный менеджмент. Знаковые системы. Символы. Иконы. Индексы. Эмблемы. Пиктограммы. Идеограммы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Торговая марка в современном мире.
2. Элементы торговой марки.
3. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
4. Общее и особенное бренда и торговой марки.
5. Критерии выделения брендов.
6. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
7. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.
12. Определение знака и знаковые системы.
13. Классификация знаковых систем.
14. Символы, иконы, индексы, эмблемы, пиктограммы, идеограммы.
15. Соотношение понятий бренд и торговая марка. Специфика терминологий.
16. Основные характеристики и функции торговой марки
17. Торговая марка в современном мире.
18. Элементы торговой марки.
19. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
20. Общее и особенное бренда и торговой марки.
21. Критерии выделения брендов.
22. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
23. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Имя торговой марки – это…..…….:

(?)Название, определяющее торговую марку и. как правило стоящую за ней организацию, ассортимент товаров или набор услуг

(?)Термин, описывающий сущность всей совокупности характеристик торговой марки

(?)Термин, характеризующий финансовую стоимость торговой марки

(?)Название, определяющее организацию, ее ассортимент и набор услуг

Раздел 2. Создание марочных товаров

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 2.1. Разработка и этапы создания торговой марки.

Перечень изучаемых элементов содержания

Торговая марка. Пирамида торговой марки. Идентификация марки. Ценности торговой марки. Товар.

Вопросы для самоподготовки:

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.

Тема 2.2. Этапы создания бренда и принципы эффективного брендинга

Перечень изучаемых элементов содержания

Бренд. Позиционирование. Логотип. Марочное имя. Цветовая гамма. Слоган. Лицо марки. Имидж. Упаковка. Звук.

Вопросы для самоподготовки:

1. Создание бренда.
2. Позиционирование бренда.
3. Факторы позиционирования бренда.
4. Понятие «сильный бренд».
5. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
6. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
7. Имидж бренда.
8. Способы и модели разработки бренда.
9. Критерии «сильной» торговой марки.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.

8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.
13. Создание бренда.
14. Позиционирование бренда.
15. Факторы позиционирования бренда.
16. Понятие «сильный бренд».
17. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
18. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
19. Имидж бренда.
20. Способы и модели разработки бренда.
21. Критерии «сильной» торговой марки.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге – это……..:

(?)логотип
(?)товарная марка (товарный знак)
(?)торговая марка
(!)бренд

Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 3.1. Основные стратегии развития и продвижения торговых марок.

Перечень изучаемых элементов содержания

Архитектура марок. Стратегия. Марка-продукт. Марка-линия. Марка-гамма. Марка-зонтик. Марка-источник.

Вопросы для самоподготовки:

1. Типология марочных товаров (архитектура марок).
2. Стратегия «марка - продукт».
3. Преимущества стратегии «марка - продукт». Недостатки стратегии марки - продукта.
4. Стратегия «марка – линия».

5. Преимущества стратегии «марка - линия». Недостатки стратегии «марка – линия».
6. Стратегия «марка – гамма».
7. Преимущества стратегии «марка - гамма». Недостатки стратегии «марка – гамма».
8. Стратегия «марка – зонтик».
9. Преимущества стратегии «марка - зонтик». Недостатки стратегии «марка – зонтик».
10. Стратегия «марка – источник».
11. Преимущества стратегии «марка - источник». Недостатки стратегии «марка – источник».
12. Стратегия «марка – поручительство» и ее преимущества.

Тема 3.2. Как построить стратегию продвижения бренда?

Перечень изучаемых элементов содержания

Ситуационный анализ. Тенденции развития рынка. Конкуренты. Потребитель. Брендинг. Брендинговое агенство. Реклама. Имидж. Аудитория. Доверие. Сплоченность персонала. Продажи. Pull. Push.

Вопросы для самоподготовки:

1. Зачем нужна стратегия продвижения бренда?
2. Какая главная цель бренда?
3. Какие шаги нужно предпринять для достижения главной цели?
4. Для кого создан бренд, и как можно увеличить степень вовлеченности клиентов/покупателей?
5. Проведение маркетинговых исследований.
6. Формирование целей и задач стратегии продвижения бренда.
7. Выработка метода продвижения.
8. Выбор инструментов, необходимых для внедрения стратегии.
9. Внедрение и усовершенствование.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

Выберите любую товарную марку для следующих товаров:

- подгузники для детей;
- макароны;
- печенье;
- минеральная вода;
- автомобиль.

Опишите достоинства и недостатки каждой выбранной вами товарной марки? Предложите свои мероприятия для каждого выше названого товара по улучшению брендинга?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)В число методов маркетингового исследования не входит……:

(?)наблюдением

(?)опрос

(?)анкета

(?)эксперимент

Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 4.1. Рыночная атрибутика товаров: сущность и особенности.

Перечень изучаемых элементов содержания

Имя торговой марки. Ассоциации. Рекламодатель. Цвет. Композиция. Семантация.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.

Тема 4.2. Виды марочных названий и приемы их создания

Перечень изучаемых элементов содержания

Метонимия. Символизация. Воспоминания. Кодак. Ритмическая модуляция.

Вопросы для самоподготовки:

1. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
2. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
3. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
4. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.

5. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
6. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
7. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
8. Процесс конструирования.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.
12. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
13. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
14. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
15. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
16. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
17. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
18. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
19. Процесс конструирования.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)К внешним атрибутам марки относится - ……:

(?)имя марки;

(?)марочная эмблема;

(?)логотип;

(?)марочный знак.

Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 5.1. Рекламно-коммуникационная деятельность

Перечень изучаемых элементов содержания

Реклама. Рекламная деятельность. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Директ-маркетинг. Тотальные коммуникации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность рекламной деятельности.
2. Что включает в себя комплекс маркетинговых коммуникаций.
3. Цель рекламы.
4. Особенности стимулирования сбыта.
5. Основные понятия и содержание директ-маркетинга.
6. Связи с общественностью: роль и особенности.
7. Что означает определение «сопутствующие мероприятия»?

Тема 5.2. Проблемы и посткризисные векторы развития

Перечень изучаемых элементов содержания

Маркетинг. Информационная революция. Кластер. Инновации. Инновационные маркетинговые технологии. Управление брендом.

Вопросы для самоподготовки:

1. Эрозия традиционного маркетинга.
2. Информационная революция.
3. Возникновение принципиально новой общественной среды.
4. Кластеризация коммуникационного бизнеса.
5. Особая значимость инноваций в самом брендинге.
6. Необходимость новых ресурсов.
7. Дефицит кадров, отвечающих требованиям сегодняшнего дня.
8. Сильные бренды.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

1. Составление пресс-релиза. Для заданных ситуаций определите стратегию PR: определите возможную аудиторию, выберите коммуникационные средства для размещения пресс-релиза. Составьте краткий пресс-релиз.

Исходные ситуации:

1. Предприятие завершило выполнение крупнейшего заказа на поставку своей мебели в рестораны быстрого питания (бренд), расположенные по всей территории России.

Получение новых заказов такого масштаба пока не предполагается. Предприятие вынуждено вдвое сократить свой штат.

2. Часть тракторного завода приватизирована и выкуплена его руководством, которое создало совместное с Венгрией предприятие по производству автобусных коробок передач для продажи их в Венгрии, России и Восточной Европе. Оно планирует со временем освоить и другие международные рынки.

3. Видный деятель правительства приезжает с визитом на градообразующее предприятие. Это событие происходит за неделю до выборов в органы местного управления.

4. Сотрудница российского государственного силового ведомства отказывается от годичного контракта, связанного со статусом «Мисс мира», который она завоевала в текущем году. Такой отказ связан с расторжение контракта, предусматривающим участие победительницы в серии публичных мероприятий и наносит прямой и косвенный ущерб устроителям конкурса.

5. Приватизированное предприятие со штатом 1000 человек и являющееся градообразующим выкуплено компанией, по слухам, принадлежащей известному финансовому олигарху. Вновь назначенное высшее руководство предприятия намечает кардинальные реформы, в том числе перепрофилирование, смену менеджмента и сокращение 450 работающих.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Целью PR является……:

Одиночный выбор

(?)завоевание выгодных сегментов рынка;

(?)материальное стимулирование труда.

(!)установление двустороннего общения и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности

(?)все ответы верны

Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 6.1. Характеристика стоимости марочных товаров.

Перечень изучаемых элементов содержания

Стоимость торговой марки. Интеллектуальная собственность. Нематериальные активы. Сила бренда. Ценовая политика. Налогообложение.

Вопросы для самоподготовки:

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.

Тема 6.2. Методы оценки стоимости марочных товаров

Перечень изучаемых элементов содержания

Затраты. Доходы. Лояльность потребителей. Влияние конкурентов. Товары повседневного спроса. Товары предварительного выбора. Товары особого спроса. Товары пассивного спроса. Метод Premium profit. Метод Relief – from Royalty. Методика Lokator.

Вопросы для самоподготовки:

1. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
2. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
3. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
4. Российская практика оценки марочных товаров.
5. Показатели экономического эффекта торговой марки.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем:

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.
9. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
10. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
11. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
12. Российская практика оценки марочных товаров.

13. Показатели экономического эффекта торговой марки.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Сила марки не определяется: …….:

(?)наименование марки

(?)местом продукта в классификации по Коупленду в отношении распределения

(?)лояльностью марке

(?)предпочтением марки

Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 7.1. Методика разработки бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Бренд. Колесо бренда. Процесс создания бренда. Позиция бренда. Стратегия бренда.

Вопросы для самоподготовки:

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.

Тема 7.2. Модели построения брендов.

Перечень изучаемых элементов содержания

Имидж бренда. Искренность бренда. Индивидуальность бренда. Ценность торговой марки. Персонификация. Потребительские мотивы. Конкурентное окружение. Определитель бренда. Инсайт.

Вопросы для самоподготовки:

1. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
2. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
3. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
4. Сущность понятия «инсайт».

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 7

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.
9. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
10. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
11. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
12. Сущность понятия «инсайт».

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Неверно, что метод сегментации «5W» включает в себя вопрос – …….:

(?)где?

(?)почему?

(?)как?

(?)что?

Раздел 8. Капитал бренда

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 8.1. Поддержание капитала бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Элементы капитала бренда. Узнавание. Вспоминание. Приоритетное вспоминание. Доминирование марочного названия. История компании. Ручное производство.

Вопросы для самоподготовки:

1. Осведомленность или узнаваемость о бренде.
2. Лояльность к бренду.
3. Типы лояльности.
4. Пять уровней лояльности к бренду по Д. Аакеру.
5. Воспринимаемое качество.
6. Ассоциации с брендом.
7. Вспоминание и приоритетное вспоминание: сущность и особенности.
8. Механизмы подкрепления воспринимаемого качества.
9. Модель «кладбища» брендов.
10. Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках.

Тема 8.2. Жизненный цикл бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Проникновение бренда на рынок. Рост. Зрелость бренда. Спад продаж. Возрождение бренда. Уничтожение бренда. Бренд-«звезда». Бренд-«дойная корова». Бренд-«дикая кошка». Бренд-«собака».

Вопросы для самоподготовки:

1. Описать этапы жизненного цикла бренда.
2. Охарактеризовать бренд-«звезда».
3. Сущность бренд-«дойная корова».
4. Особенности бренд-«дикая кошка».
5. Что обозначает бренд-«собака».
6. Управление брендом с помощью концепции жизненного цикла товара
7. Расширение ассортиментной линии в существующей товарной категории.
8. Способы расширения бренда.
9. Совместный брендинг: сущность и особенности.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 8

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Примеры заданий:

Приведите и опишите примеры по подкреплению воспринимаемого качества.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)В жизненном цикле бренда отсутствует – …….:

(?)зрелость и спад

(?)изменение

(?)внедрение на рынок

(?)верны все ответы

Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 9.1. Товарный знак и знак обслуживания, их правовая охрана

Перечень изучаемых элементов содержания

Недобросовестная конкуренция. Репутация. Подделки. Фальсификация. Имитация. Контрафакт. Интеллектуальная собственность.

Вопросы для самоподготовки:

1. Защита марочных товаров от недобросовестной конкуренции.
2. Закон РФ «О защите конкуренции».
3. Ограничение методов нанесения ущерба деловой репутации.
4. Виды подделок: фальсификация и имитация торговых марок.
5. Понятие контрафактного товара.
6. Ответственность нарушителей прав интеллектуальной собственности.
7. Международные соглашения в области защиты товарных знаков.
8. Общественное регулирование прав интеллектуальной собственности.

Тема 9.2. Регистрация товарного знака

Перечень изучаемых элементов содержания

Роспатент. Экспертиза. Регистрация товарного знака. Идентификационный знак. Ослабление.

Вопросы для самоподготовки:

1. Российское агенство по патентам и товарным знакам (Роспатент).
2. Что включает в себя экспертиза товарных знаков?
3. Сущность и особенности регистрации товарного знака.
4. Судебные процессы по защите товарного знака.
5. Потеря товарного знака.

6. Что обозначает ослабление?
7. Разновидности нарушения права на торговую марку в Сети.
8. Срок регистрации товарного знака.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 9

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Примеры заданий:

Рассмотреть судебные разбирательства, которые проходили в области брендинга. Описать суть конфликта, участников судебного разбирательства, решение суда.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 9: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Выберите неправильное утверждение:

(?)Торговый знак является обозначением, которое может быть использовано для различения товаров и услуг, предлагаемых одной компанией, от товаров и услуг, предлагаемых другими компаниями.

(?)Регистрация торгового знака является обязательным условием для охраны знака в различных странах мира.

(?)Регистрация торгового знака, как правило, действительна на протяжении 10 лет, и может быть продлена неограниченное число раз при условии своевременной уплаты пошлин за продление срока действия регистрации.

(?)Торговый знак предоставляет своему правообладателю охрану, гарантируя исключительное право использовать знак для идентификации товаров и услуг, или разрешать такое использование за плату иным лицам.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является экзамен**,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ	Этап формирования знаний
		Уметь: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг).	Этап формирования умений
		Владеть: аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей	Этап формирования умений
		Владеть: маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.

ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
ПК-2, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие торговой марки и другие, связанные с ней понятия.
2. Экономическая функция торговой марки.
3. Информационно-рекламная функция торговой марки.
4. Функция престижа торговой марки.
5. Значение торговой марки для снижения риска покупателя.
6. Понятие брендинга и его содержание (на примере торговой марки).

7. Бренд-менеджмент и его роль на современном рынке.
8. Торговая марка производителя товаров и особенности управления.
9. Терминология торговой марки: общее и отличное.
10. Функции торговой марки.
11. Категории товаров и их потребность в торговой марке.
12. Потребительские функции торговой марки.
13. Структура и границы торговой марки.
14. Этапы разработки торговой марки.
15. Понятие миссии торговой марки.
16. Концепция торговой марки.
17. Идентификация торговой марки (призма идентификации на примере конкретной торговой марки).
18. Формирование имиджа торговой марки.
19. Миф торговой марки (на примере конкретной торговой марки).
20. Лицо марки (на примере конкретной торговой марки).
21. Персонаж марки (на примере конкретной торговой марки).
22. Ошибки при создании торговой марки.
23. Активы марки.
24. Понятие и факторы «сильной марки».
25. Внешние атрибуты торговой марки.
26. Имя марки. Источники имени марки. Критерии выбора имени марки (лингвистический, семантический, юридический).
27. Характеристики эффективных названий торговых марок.
28. Типология торговых марок.
29. Понятие жизненного цикла торговой марки.
30. Этапы управления торговой маркой. Особенности управления торговой маркой на различных этапах ее жизненного цикла.
31. Позиционирование торговой марки.
32. Стратегии продвижения торговой марки.
33. Системы коммуникации торговой марки.
34. Формы и методы поддержки лояльности потребителя к торговой марке.
35. Понятие локальной и глобальной торговых марок.
36. Понятие мультимарки. Политика продвижения мультимарок.
37. Особенности управления международной торговой маркой.
38. Классификация современных торговых марок в России.
39. Сопоставление факторов, влияющих на покупательское поведение (соединить стрелками)

Аналитическое задание

1. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации.
2. Понятия товарного и корпоративного брендинга.
3. Понятие, структура и формальные признаки бренда.
4. Бренд как маркетинговое понятие.
5. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда.
6. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда
7. Атрибуты бренда.
8. Содержание бренда как коммуникационный процесс.
9. Коммуникативные барьеры между товаром и потребителем.
10. Бренд как семиотический треугольник: денотат (предмет) – означающее – означаемое.
11. Бренд как социальный миф о товаре.
12. Социально-психологические аспекты брендинга.

13. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения.
14. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда.
15. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда.
16. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций.
17. Разработка идентичности бренда.
18. Психологические методы при разработке бренда.
19. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ».
20. Разработка атрибутов бренда.
21. Способы образования и этапы создания имени бренда.
22. Упаковка как важнейший атрибут бренда.
23. Фирменная символика и другая атрибутика в системе брендинга.
24. Способы анализа лояльности бренду.
25. Программа формирования лояльности.
26. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда.
27. Понятие бренд-менеджмент как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациями.
28. Стратегические задачи управления брендом.
29. Методики измерения силы бренда и потенциала его развития.
30. Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда.
31. Характеристика бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания.
32. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки и прогнозирования.
33. Растяжение и расширение бренда, их разновидности и возможности.
34. Совместный брендинг, условия его эффективности.
35. Развитие бренда во времени как изменения в его идентичности.
36. Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда.
37. Перепозиционирование (ребрегндинг) в процессе управления брендом.
38. Преимущества и недостатки расширения бренда.
39. Индивидуальность бренда.
40. Содержательные характеристики бренда.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным

образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471939 (дата обращения: 20.06.2021).
2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469359 (дата обращения: 20.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. _ Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469384 (дата обращения: 20.06.2021).
2. _ Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/484939 (дата обращения: 20.06.2021).
3. _ Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/467833 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической	https://urait.ru/

		литературе по различным дисциплинам.	
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Формирование марочного капитала*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и	http://biblioclub.ru/

		корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Формирование марочного капитала»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Формирование марочного капитала»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Формирование марочного капитала»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Формирование марочного капитала»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Формирование марочного капитала»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения

возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Формирование марочного капитала»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью Менеджмент,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Бренд-менеджмент*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Бренд-менеджмент*» разработана: к.с.н., доцент факультета управления Кабанова Е.Е.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы кандидат социологических наук, доцент факультета управления _____ Т.А. Евстратова

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» __мая_ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук,
доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА

(подпись)

Закрытое акционерное общество
«ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ

(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА

(подпись)

Д.с.н., профессор
факультета управления _____ О.А. УРЖА

(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР

(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций ..4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 6

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 11

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 16

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 16

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 30

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 31

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 32

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 33

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 35

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 36

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 36

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 36

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 37

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 38

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) ... 36

5.6 Образовательные технологии 39

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «*Бренд-менеджмент*» заключается в получении обучающимися теоретических знаний об основных подходах к формированию марочного капитала коммерческой организации, принципах, технологиях разработки, построения, оценки и управления марочным капиталом.

Задачи дисциплины (модуля):

– научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений;

– научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата

Дисциплина (модуль) *«Бренд-менеджмент»* реализуется в *части, формируемой участниками образовательных отношений* основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02«Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Бренд-менеджмент»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Социально-психологические основы управления», «Основы медиации в управлении», «Система государственного и муниципального управления».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Социальные и коммуникационные технологии в государственном и муниципальном управлении», «Управление территориальными сообществами и земельными ресурсами».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Бренд-менеджмент»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: ПК-2, ПК-3 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
	ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	ПК-2.1 знает воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ ПК-2.2 выявляет и анализирует рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). ПК-2.3 владеет методами и средствами формирования спроса потребителей с помощью маркетинговых коммуникаций.	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ *Уметь:* выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг). *Владеть:* аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.
Общепрофессиональная компетенция (Профессиональная этика	**ПК-3**	ПК-3 способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельность	ПК-3.1 знает основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей ПК-3.2 разрабатывает маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей ПК-3.3 управляет маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей *Уметь:* разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей *Владеть:* маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы

		ю организации	продвижения товаров (услуг) организации	продвижения товаров (услуг) организации

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 7 семестре, составляет _9_ зачетных единиц. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		7		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	162	162		
Учебные занятия лекционного типа	36	36		
Практические занятия	54	54		
Лабораторные занятия				
Иная контактная работа	72	72		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	126	126		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**324**	**324**		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		7		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	162	162		
Учебные занятия лекционного типа	36	36		
Практические занятия	54	54		
Лабораторные занятия				
Иная контактная работа	72	72		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	126	126		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**		

Добавлено примечание ([S1]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

Добавлено примечание ([S2]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**324**	**324**		

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**		
		7		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	162	162		
Учебные занятия лекционного типа	36	36		
Практические занятия	54	54		
Лабораторные занятия				
Иная контактная работа	72	72		
Самостоятельная работа обучающихся, всего	126	126		
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**	**36**		
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**324**	**324**		

Добавлено примечание ([S3]): По тексту и в таблице зачетные единицы, количество часов, семестр, в котором проходит дисциплина, вид промежуточной аттестации должны быть указаны в соответствии с учебным планом.

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**							
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**					
			Всего	**Лекционные занятия**	**Семинарские/ практические занятия**	**Лабораторные занятия**	**Иная контактная работа**	
							Всего	**Практическая подготовка**
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 2. Создание марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	32	14	18	4	6		8	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	32	14	18	4	6		8	
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 8. Капитал бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	32	14	18	4	6		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**							
Общий объем, часов	**288**	**126**	**162**	**36**	**54**		72	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 2. Создание марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	32	14	18	4	6		8	
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 8. Капитал бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	32	14	18	4	6		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**							

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Общий объем, часов	**288**	**126**	**162**	**36**	**54**		72	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 2. Создание марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	32	14	18	4	6		8	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	32	14	18	4	6		8	
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 8. Капитал бренда	32	14	18	4	6		8	
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	32	14	18	4	6		8	
Контроль промежуточной аттестации (час)	**36**							
Общий объем, часов	**288**	**126**	**162**	**36**	**54**		72	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся

		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Создание марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование

Раздел 8. Капитал бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**126**	**54**		**54**		**36**	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Создание марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование

Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 8. Капитал бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**126**	**54**		**54**		**36**	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование

Раздел 2. Создание марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 8. Капитал бренда	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров	14	6	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	6	Расчетное практическое задание	4	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**126**	**54**		**54**		**36**	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

Раздел 1. Сущность и особенности марочных товаров.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 1.1. История торговой марки.

Перечень изучаемых элементов содержания

Геральдика. Товарное обозначение. Торговый знак. Торговая марка. Товарный знак.

Вопросы для самоподготовки:

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.

Тема 1.2. Марочные товары: основные понятия и содержание.

Перечень изучаемых элементов содержания

Марочный знак. Бренд. Товарный менеджмент. Знаковые системы. Символы. Иконы. Индексы. Эмблемы. Пиктограммы. Идеограммы.

Вопросы для самоподготовки:

1. Торговая марка в современном мире.
2. Элементы торговой марки.
3. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
4. Общее и особенное бренда и торговой марки.
5. Критерии выделения брендов.
6. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
7. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Родовая геральдика Средних веков.
2. Символы, используемые в геральдике.
3. Торговая и цеховая геральдика.
4. Эволюция форм товарного обозначения.
5. Истоки торгового знака.
6. Прообразы товарного знака.
7. Первые товарные знаки.
8. История торговых марок в России.
9. Появление в России понятие о товарном знаке.
10. Относительный порядок в знаковом хозяйстве.
11. Товарные знаки конца XIX в.
12. Определение знака и знаковые системы.
13. Классификация знаковых систем.
14. Символы, иконы, индексы, эмблемы, пиктограммы, идеограммы.
15. Соотношение понятий бренд и торговая марка. Специфика терминологий.
16. Основные характеристики и функции торговой марки
17. Торговая марка в современном мире.
18. Элементы торговой марки.
19. Товарный знак, марочный знак, торговая марка и бренд.
20. Общее и особенное бренда и торговой марки.
21. Критерии выделения брендов.
22. Соотношение понятий «бренд» и «товарный знак».
23. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Имя торговой марки – это…..…….:

(?)Название, определяющее торговую марку и. как правило стоящую за ней организацию, ассортимент товаров или набор услуг

(?)Термин, описывающий сущность всей совокупности характеристик торговой марки

(?)Термин, характеризующий финансовую стоимость торговой марки

(?)Название, определяющее организацию, ее ассортимент и набор услуг

Раздел 2. Создание марочных товаров

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 2.1. Разработка и этапы создания торговой марки.

Перечень изучаемых элементов содержания

Торговая марка. Пирамида торговой марки. Идентификация марки. Ценности торговой марки. Товар.

Вопросы для самоподготовки:

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.
8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.

Тема 2.2. Этапы создания бренда и принципы эффективного брендинга

Перечень изучаемых элементов содержания

Бренд. Позиционирование. Логотип. Марочное имя. Цветовая гамма. Слоган. Лицо марки. Имидж. Упаковка. Звук.

Вопросы для самоподготовки:

1. Создание бренда.
2. Позиционирование бренда.
3. Факторы позиционирования бренда.
4. Понятие «сильный бренд».
5. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
6. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
7. Имидж бренда.
8. Способы и модели разработки бренда.
9. Критерии «сильной» торговой марки.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Разработка торговой марки.
2. Этапы создания торговой марки.
3. Технология создания торговой марки.
4. Пирамида торговой марки.
5. Идентификация марки и разработка ее концепции.
6. Понятия «идентификация марки» и «образ марки».
7. Основные элементы призмы идентификации торговой марки.

8. Факторы, влияющие на процесс идентификации торговой марки.
9. Алгоритм создания торговой марки.
10. Сравнительные параметры товара и его торговой марки.
11. Понятие ценности торговой марки.
12. Составляющие ценности торговой марки.
13. Создание бренда.
14. Позиционирование бренда.
15. Факторы позиционирования бренда.
16. Понятие «сильный бренд».
17. Атрибуты бренда: марочное имя, графическая составляющая (логотип), цветовая гамма, объемная составляющая (упаковка), звуковая составляющая, слоган, лицо марки.
18. Ценности, чувства, характер, ассоциации бренда.
19. Имидж бренда.
20. Способы и модели разработки бренда.
21. Критерии «сильной» торговой марки.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге – это……..:

(?)логотип
(?)товарная марка (товарный знак)
(?)торговая марка
(!)бренд

Раздел 3. Стратегии развития торговой марки.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 3.1. Основные стратегии развития и продвижения торговых марок.

Перечень изучаемых элементов содержания

Архитектура марок. Стратегия. Марка-продукт. Марка-линия. Марка-гамма. Марка-зонтик. Марка-источник.

Вопросы для самоподготовки:

1. Типология марочных товаров (архитектура марок).
2. Стратегия «марка - продукт».
3. Преимущества стратегии «марка - продукт». Недостатки стратегии марки - продукта.
4. Стратегия «марка – линия».

5. Преимущества стратегии «марка - линия». Недостатки стратегии «марка – линия».
6. Стратегия «марка – гамма».
7. Преимущества стратегии «марка - гамма». Недостатки стратегии «марка – гамма».
8. Стратегия «марка – зонтик».
9. Преимущества стратегии «марка - зонтик». Недостатки стратегии «марка – зонтик».
10. Стратегия «марка – источник».
11. Преимущества стратегии «марка - источник». Недостатки стратегии «марка – источник».
12. Стратегия «марка – поручительство» и ее преимущества.

Тема 3.2. Как построить стратегию продвижения бренда?

Перечень изучаемых элементов содержания

Ситуационный анализ. Тенденции развития рынка. Конкуренты. Потребитель. Брендинг. Брендинговое агенство. Реклама. Имидж. Аудитория. Доверие. Сплоченность персонала. Продажи. Pull. Push.

Вопросы для самоподготовки:

1. Зачем нужна стратегия продвижения бренда?
2. Какая главная цель бренда?
3. Какие шаги нужно предпринять для достижения главной цели?
4. Для кого создан бренд, и как можно увеличить степень вовлеченности клиентов/покупателей?
5. Проведение маркетинговых исследований.
6. Формирование целей и задач стратегии продвижения бренда.
7. Выработка метода продвижения.
8. Выбор инструментов, необходимых для внедрения стратегии.
9. Внедрение и усовершенствование.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

Выберите любую товарную марку для следующих товаров:

- подгузники для детей;
- макароны;
- печенье;
- минеральная вода;
- автомобиль.

Опишите достоинства и недостатки каждой выбранной вами товарной марки? Предложите свои мероприятия для каждого выше названого товара по улучшению брендинга?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)В число методов маркетингового исследования не входит……:

(?)наблюдением

(?)опрос

(?)анкета

(?)эксперимент

Раздел 4. Внешние атрибуты марочных товаров.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 4.1. Рыночная атрибутика товаров: сущность и особенности.

Перечень изучаемых элементов содержания

Имя торговой марки. Ассоциации. Рекламодатель. Цвет. Композиция. Семантация.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.

Тема 4.2. Виды марочных названий и приемы их создания

Перечень изучаемых элементов содержания

Метонимия. Символизация. Воспоминания. Кодак. Ритмическая модуляция.

Вопросы для самоподготовки:

1. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
2. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
3. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
4. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.

5. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
6. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
7. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
8. Процесс конструирования.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Основные составляющие внешней атрибутики торговой марки.
2. Этапы процесса создания имени торговой марки.
3. Основные требования и критерии отбора имени торговой марки.
4. Виды марочных названий и приемы их создания.
5. Имя торговой марки и ассоциации.
6. Основные требования, предъявляемые к марочному названию.
7. Марочный знак, понятие, роль.
8. Функции марочного знака для рекламодателя.
9. Требования к марочному знаку.
10. Значение цвета во внешних атрибутах торговой марки.
11. Цветовые особенности визуальной составляющей торговой марки.
12. Как применяется заимствование слов или фраз в процессе создания марочных названий.
13. Применение метонимии в процессе создания марочных названий.
14. Символизация как прием в процессе создания марочных названий.
15. Обращение к воспоминаниям в процессе создания марочных названий.
16. Как применяется ритмическая модуляция в процессе создания марочных названий.
17. Использование юмора как прием в процессе создания марочных названий.
18. Конструирование новых слов или названий (Кодак).
19. Процесс конструирования.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)К внешним атрибутам марки относится - ……:

(?)имя марки;

(?)марочная эмблема;

(?)логотип;

(?)марочный знак.

Раздел 5. Брендинг в рыночном пространстве.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 5.1. Рекламно-коммуникационная деятельность

Перечень изучаемых элементов содержания

Реклама. Рекламная деятельность. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Директ-маркетинг. Тотальные коммуникации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Сущность рекламной деятельности.
2. Что включает в себя комплекс маркетинговых коммуникаций.
3. Цель рекламы.
4. Особенности стимулирования сбыта.
5. Основные понятия и содержание директ-маркетинга.
6. Связи с общественностью: роль и особенности.
7. Что означает определение «сопутствующие мероприятия»?

Тема 5.2. Проблемы и посткризисные векторы развития

Перечень изучаемых элементов содержания

Маркетинг. Информационная революция. Кластер. Инновации. Инновационные маркетинговые технологии. Управление брендом.

Вопросы для самоподготовки:

1. Эрозия традиционного маркетинга.
2. Информационная революция.
3. Возникновение принципиально новой общественной среды.
4. Кластеризация коммуникационного бизнеса.
5. Особая значимость инноваций в самом брендинге.
6. Необходимость новых ресурсов.
7. Дефицит кадров, отвечающих требованиям сегодняшнего дня.
8. Сильные бренды.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Примерные задания:

1. Составление пресс-релиза. Для заданных ситуаций определите стратегию PR: определите возможную аудиторию, выберите коммуникационные средства для размещения пресс-релиза. Составьте краткий пресс-релиз.

Исходные ситуации:

1. Предприятие завершило выполнение крупнейшего заказа на поставку своей мебели в рестораны быстрого питания (бренд), расположенные по всей территории России.

Получение новых заказов такого масштаба пока не предполагается. Предприятие вынуждено вдвое сократить свой штат.

2. Часть тракторного завода приватизирована и выкуплена его руководством, которое создало совместное с Венгрией предприятие по производству автобусных коробок передач для продажи их в Венгрии, России и Восточной Европе. Оно планирует со временем освоить и другие международные рынки.

3. Видный деятель правительства приезжает с визитом на градообразующее предприятие. Это событие происходит за неделю до выборов в органы местного управления.

4. Сотрудница российского государственного силового ведомства отказывается от годичного контракта, связанного со статусом «Мисс мира», который она завоевала в текущем году. Такой отказ связан с расторжение контракта, предусматривающим участие победительницы в серии публичных мероприятий и наносит прямой и косвенный ущерб устроителям конкурса.

5. Приватизированное предприятие со штатом 1000 человек и являющееся градообразующим выкуплено компанией, по слухам, принадлежащей известному финансовому олигарху. Вновь назначенное высшее руководство предприятия намечает кардинальные реформы, в том числе перепрофилирование, смену менеджмента и сокращение 450 работающих.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Целью PR является……:

Одиночный выбор

(?)завоевание выгодных сегментов рынка;

(?)материальное стимулирование труда.

(!)установление двустороннего общения и достижение взаимопонимания, основанного на правде, знании и полной информированности

(?)все ответы верны

Раздел 6. Оценка стоимости марочных товаров.

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 6.1. Характеристика стоимости марочных товаров.

Перечень изучаемых элементов содержания

Стоимость торговой марки. Интеллектуальная собственность. Нематериальные активы. Сила бренда. Ценовая политика. Налогообложение.

Вопросы для самоподготовки:

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.

Тема 6.2. Методы оценки стоимости марочных товаров

Перечень изучаемых элементов содержания

Затраты. Доходы. Лояльность потребителей. Влияние конкурентов. Товары повседневного спроса. Товары предварительного выбора. Товары особого спроса. Товары пассивного спроса. Метод Premium profit. Метод Relief – from Royalty. Методика Lokator.

Вопросы для самоподготовки:

1. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
2. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
3. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
4. Российская практика оценки марочных товаров.
5. Показатели экономического эффекта торговой марки.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем:

1. Стоимость торговой марки и марочных товаров.
2. Интеллектуальная собственность и ее влияние на стоимость компании.
3. Нематериальные активы компании.
4. Понятия «марочный капитал», его специфика в сравнении с другими активами компании.
5. Оценочные величины, характеризующие торговую марку.
6. Имидж марочных товаров и уровни анализа имиджа торговой марки.
7. Сила бренда.
8. Индикаторы силы торговой марки.
9. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.
10. Перечислить и описать методы оценки стоимости марочных товаров.
11. Содержание методик Premium profit, Relief – from Royalty, Lokator.
12. Российская практика оценки марочных товаров.

13. Показатели экономического эффекта торговой марки.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Сила марки не определяется: …….:

(?)наименование марки

(?)местом продукта в классификации по Коупленду в отношении распределения

(?)лояльностью марке

(?)предпочтением марки

Раздел 7. Организационно-методические аспекты процесса создания бренда

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 7.1. Методика разработки бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Бренд. Колесо бренда. Процесс создания бренда. Позиция бренда. Стратегия бренда.

Вопросы для самоподготовки:

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.

Тема 7.2. Модели построения брендов.

Перечень изучаемых элементов содержания

Имидж бренда. Искренность бренда. Индивидуальность бренда. Ценность торговой марки. Персонификация. Потребительские мотивы. Конкурентное окружение. Определитель бренда. Инсайт.

Вопросы для самоподготовки:

1. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
2. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
3. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
4. Сущность понятия «инсайт».

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 7

Форма практического задания: реферат

Примерный перечень тем:

1. Методика разработки бренда «Колесо бренда».
2. Методика создания бренда В.Балашова.
3. Определение стратегии бренда.
4. Позиционирование бренда – как этап создания бренда.
5. Методика создания бренда агентства BrandAid.
6. Концепция построения бренда STP.
7. Основные критерии сегментации целевой аудитории.
8. Карта позиционирования в рамках двух осей.
9. Модель Ф.Котлера «3I» бренда.
10. Молекулярная модель построения бренда компании Procter & Gamble.
11. Модель построения бренда «Unilever Brand Key».
12. Сущность понятия «инсайт».

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 7: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Неверно, что метод сегментации «5W» включает в себя вопрос – …….:

(?)где?

(?)почему?

(?)как?

(?)что?

Раздел 8. Капитал бренда

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 8.1. Поддержание капитала бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Элементы капитала бренда. Узнавание. Вспоминание. Приоритетное вспоминание. Доминирование марочного названия. История компании. Ручное производство.

Вопросы для самоподготовки:

1. Осведомленность или узнаваемость о бренде.
2. Лояльность к бренду.
3. Типы лояльности.
4. Пять уровней лояльности к бренду по Д. Аакеру.
5. Воспринимаемое качество.
6. Ассоциации с брендом.
7. Вспоминание и приоритетное вспоминание: сущность и особенности.
8. Механизмы подкрепления воспринимаемого качества.
9. Модель «кладбища» брендов.
10. Продвижение, основанное на известных клиентах и заказчиках.

Тема 8.2. Жизненный цикл бренда

Перечень изучаемых элементов содержания

Проникновение бренда на рынок. Рост. Зрелость бренда. Спад продаж. Возрождение бренда. Уничтожение бренда. Бренд-«звезда». Бренд-«дойная корова». Бренд-«дикая кошка». Бренд-«собака».

Вопросы для самоподготовки:

1. Описать этапы жизненного цикла бренда.
2. Охарактеризовать бренд-«звезда».
3. Сущность бренд-«дойная корова».
4. Особенности бренд-«дикая кошка».
5. Что обозначает бренд-«собака».
6. Управление брендом с помощью концепции жизненного цикла товара
7. Расширение ассортиментной линии в существующей товарной категории.
8. Способы расширения бренда.
9. Совместный брендинг: сущность и особенности.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 8

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Примеры заданий:

Приведите и опишите примеры по подкреплению воспринимаемого качества.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 8: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)В жизненном цикле бренда отсутствует – …….:

(?)зрелость и спад

(?)изменение

(?)внедрение на рынок

(?)верны все ответы

Раздел 9. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров

Цель: научиться участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений; научиться владеть навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

Тема 9.1. Товарный знак и знак обслуживания, их правовая охрана

Перечень изучаемых элементов содержания

Недобросовестная конкуренция. Репутация. Подделки. Фальсификация. Имитация. Контрафакт. Интеллектуальная собственность.

Вопросы для самоподготовки:

1. Защита марочных товаров от недобросовестной конкуренции.
2. Закон РФ «О защите конкуренции».
3. Ограничение методов нанесения ущерба деловой репутации.
4. Виды подделок: фальсификация и имитация торговых марок.
5. Понятие контрафактного товара.
6. Ответственность нарушителей прав интеллектуальной собственности.
7. Международные соглашения в области защиты товарных знаков.
8. Общественное регулирование прав интеллектуальной собственности.

Тема 9.2. Регистрация товарного знака

Перечень изучаемых элементов содержания

Роспатент. Экспертиза. Регистрация товарного знака. Идентификационный знак. Ослабление.

Вопросы для самоподготовки:

1. Российское агенство по патентам и товарным знакам (Роспатент).
2. Что включает в себя экспертиза товарных знаков?
3. Сущность и особенности регистрации товарного знака.
4. Судебные процессы по защите товарного знака.
5. Потеря товарного знака.

6. Что обозначает ослабление?
7. Разновидности нарушения права на торговую марку в Сети.
8. Срок регистрации товарного знака.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 9

Форма практического задания: расчетное практическое задание.

Примеры заданий:

Рассмотреть судебные разбирательства, которые проходили в области брендинга. Описать суть конфликта, участников судебного разбирательства, решение суда.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 9: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

Пример тестового задания

(??)Выберите неправильное утверждение:

(?)Торговый знак является обозначением, которое может быть использовано для различения товаров и услуг, предлагаемых одной компанией, от товаров и услуг, предлагаемых другими компаниями.

(?)Регистрация торгового знака является обязательным условием для охраны знака в различных странах мира.

(?)Регистрация торгового знака, как правило, действительна на протяжении 10 лет, и может быть продлена неограниченное число раз при условии своевременной уплаты пошлин за продление срока действия регистрации.

(?)Торговый знак предоставляет своему правообладателю охрану, гарантируя исключительное право использовать знак для идентификации товаров и услуг, или разрешать такое использование за плату иным лицам.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет,** который проводится в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
ПК-2	способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, анализировать и выявлять рыночные риски, анализировать поведение потребителей и формировать спрос	*Знать:* воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций, рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ	Этап формирования знаний
		Уметь: выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также поведение потребителей экономических благ и выявляет потребности покупателей товаров (услуг).	Этап формирования умений
		Владеть: аналитическим инструментарием для постановки и решения типовых задач управления с применением информационных технологий.	Этап формирования навыков и получения опыта
ПК-3	способен проводить маркетинговые исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга и управлять маркетинговой деятельностью организации	*Знать:* основные понятия, сущность и основные методы проведения маркетингового исследования современного поведения потребителей	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать маркетинговые программы, эффективно использует инструменты и методы маркетинговых исследований при изучении поведения потребителей	Этап формирования умений
		Владеть: маркетинговой деятельностью организации: формирует предложения по совершенствованию товарной политики, ценовой политики, системы продвижения товаров (услуг) организации	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенций	Показатель оценивания компетенции	Критерии и шкалы оценивания
ПК-2, ПК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.

ПК-2, ПК-3	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
ПК-2, ПК-3	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Понятие торговой марки и другие, связанные с ней понятия.
2. Экономическая функция торговой марки.
3. Информационно-рекламная функция торговой марки.
4. Функция престижа торговой марки.
5. Значение торговой марки для снижения риска покупателя.
6. Понятие брендинга и его содержание (на примере торговой марки).

7. Бренд-менеджмент и его роль на современном рынке.
8. Торговая марка производителя товаров и особенности управления.
9. Терминология торговой марки: общее и отличное.
10. Функции торговой марки.
11. Категории товаров и их потребность в торговой марке.
12. Потребительские функции торговой марки.
13. Структура и границы торговой марки.
14. Этапы разработки торговой марки.
15. Понятие миссии торговой марки.
16. Концепция торговой марки.
17. Идентификация торговой марки (призма идентификации на примере конкретной торговой марки).
18. Формирование имиджа торговой марки.
19. Миф торговой марки (на примере конкретной торговой марки).
20. Лицо марки (на примере конкретной торговой марки).
21. Персонаж марки (на примере конкретной торговой марки).
22. Ошибки при создании торговой марки.
23. Активы марки.
24. Понятие и факторы «сильной марки».
25. Внешние атрибуты торговой марки.
26. Имя марки. Источники имени марки. Критерии выбора имени марки (лингвистический, семантический, юридический).
27. Характеристики эффективных названий торговых марок.
28. Типология торговых марок.
29. Понятие жизненного цикла торговой марки.
30. Этапы управления торговой маркой. Особенности управления торговой маркой на различных этапах ее жизненного цикла.
31. Позиционирование торговой марки.
32. Стратегии продвижения торговой марки.
33. Системы коммуникации торговой марки.
34. Формы и методы поддержки лояльности потребителя к торговой марке.
35. Понятие локальной и глобальной торговых марок.
36. Понятие мультимарки. Политика продвижения мультимарок.
37. Особенности управления международной торговой маркой.
38. Классификация современных торговых марок в России.
39. Сопоставление факторов, влияющих на покупательское поведение (соединить стрелками)

Аналитическое задание

1. Брендинг как процесс формирования предпочтения торговой марке или корпорации.
2. Понятия товарного и корпоративного брендинга.
3. Понятие, структура и формальные признаки бренда.
4. Бренд как маркетинговое понятие.
5. Рациональные, ассоциативные, эмоциональные и поведенческие элементы в структуре бренда.
6. Функциональные, индивидуальные, социальные и коммуникативные качества бренда
7. Атрибуты бренда.
8. Содержание бренда как коммуникационный процесс.
9. Коммуникативные барьеры между товаром и потребителем.
10. Бренд как семиотический треугольник: денотат (предмет) – означающее – означаемое.
11. Бренд как социальный миф о товаре.
12. Социально-психологические аспекты брендинга.

13. Отношения потребителя и бренда как межличностные отношения.
14. Брендинг как практика разработки, реализации и развития бренда.
15. Анализ рыночной ситуации и создание пространственной модели бренда.
16. Разработка концепции позиционирования бренда и фокусирование маркетинговых коммуникаций.
17. Разработка идентичности бренда.
18. Психологические методы при разработке бренда.
19. Модели разработки бренда: «колесо бренда», «ТТВ».
20. Разработка атрибутов бренда.
21. Способы образования и этапы создания имени бренда.
22. Упаковка как важнейший атрибут бренда.
23. Фирменная символика и другая атрибутика в системе брендинга.
24. Способы анализа лояльности бренду.
25. Программа формирования лояльности.
26. Мероприятия брендинга для усиления рыночных позиций бренда.
27. Понятие бренд-менеджмент как управление качеством бренда и маркетинговыми коммуникациями.
28. Стратегические задачи управления брендом.
29. Методики измерения силы бренда и потенциала его развития.
30. Методики измерения восприятия потребителями отличий бренда.
31. Характеристика бренда в зависимости от значений отличия, актуальности, уважения и понимания.
32. Материальные затраты и капитал бренда, способы их оценки и прогнозирования.
33. Растяжение и расширение бренда, их разновидности и возможности.
34. Совместный брендинг, условия его эффективности.
35. Развитие бренда во времени как изменения в его идентичности.
36. Причины устаревания и упадка, условия обновления бренда.
37. Перепозиционирование (ребрегндинг) в процессе управления брендом.
38. Преимущества и недостатки расширения бренда.
39. Индивидуальность бренда.
40. Содержательные характеристики бренда.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным

образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом : учебное пособие для вузов / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 255 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471939 (дата обращения: 20.06.2021).
2. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для вузов / Е. А. Пономарёва. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 341 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9046-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469359 (дата обращения: 20.06.2021).

Дополнительная литература

1. _ Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469384 (дата обращения: 20.06.2021).
2. _ Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/484939 (дата обращения: 20.06.2021).
3. _ Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/467833 (дата обращения: 20.06.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической	https://urait.ru/

		литературе по различным дисциплинам.	
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Бренд-менеджмент*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету и экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и	http://biblioclub.ru/

		корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Бренд-менеджмент»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Бренд-менеджмент»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Бренд-менеджмент»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Бренд-менеджмент»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Бренд-менеджмент»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Бренд-менеджмент»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью Менеджмент,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

СТУДЕНТ В СРЕДЕ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Москва 2021

Рабочая программа учебной дисциплины «*Студент в среде электронного обучения*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *08.008 «Специалист по финансовому консультированию»;*
- *08.018 «Специалист по управлению рисками».*

Рабочая программа учебной дисциплины разработана рабочей группой в составе: к. пед.н., доцент О.Л. Мнацаканян, ст.преподаватель Д.Ю, Елисеева.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы
к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета факультета информационных технологий. Протокол № 15 от «21» июня 2021 года

Декан факультета,
канд. пед. наук, доцент _____ С.В. Крапивка
(подпись)

Рабочая программа дисциплины рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей:

ООО «АнсофтДевелопмент»
Исполнительный директор,
канд. физ.-мат. наук Г.Б. Меньков

_____
(подпись)

Рабочая программа учебной дисциплины рецензирована и рекомендована к утверждению:

ФГБОУ ВО «Московский политехнический университет», НОЦ инфокогнитивных технологий, доктор технических наук, профессор Н.И. Гданский

к.т.н., доцент кафедры информационных систем, сетей и безопасности В.Л. Симонов

Согласовано
Научная библиотека, директор И.Г. Маляр

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ 5

1.1 Цель и задачи учебной дисциплины....5

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалаврита 5

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций. 5

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 6

2.1 Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 6

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины....7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ 9

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине....9

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине 11

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ 13

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине 13

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы....13

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 14

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 16

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций....18

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ 18

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины 18

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины....19

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине 21
5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине22
5.6 Образовательные технологии 22
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины **"Студент в среде электронного обучения"** заключается в формировании теоретических знаний о виртуальной образовательной среде, основах современных информационно-коммуникационных технологий системы дистанционного обучения, приобретения практических навыков работы по электронному взаимодействию студента и преподавателя в электронной образовательной среде, использования электронных образовательных контентов, проведения он-лайн тестирований, а также формирования накопительной системы баллов и формирования результатов оценки.

Задачи учебной дисциплины:

1. Изучение студентами виртуальной образовательной среды, основ современных телекоммуникационных технологий системы дистанционного обучения, способов работы с электронными контентами и электронными ресурсами, методов повышения качества образования с использованием технологий дистанционного взаимодействия.

2. Овладение студентами умениями работать в электронной образовательной среде, применять технологии электронного взаимодействия, своевременно исполнять практические заданий и проходить тестирование.

3. Привитие студентам способности электронного взаимодействия с преподавателем, с образовательным учреждением по форме дистанционного взаимодействия, с электронными библиотечными ресурсами, с виртуальными образовательными программами.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования-программы бакалаврита

Учебная дисциплина *«Студент в среде электронного обучения»* реализуется в модуле Факультативы основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение учебной дисциплины *«Студент в среде электронного обучения»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда учебных дисциплин: дисциплин, изученных в общеобразовательном учреждении.

Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной: *«Проектная деятельность», «Информатика и основы информационно-коммуникационных технологий».*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата, соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-6; ОПК-5 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программа бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент».*

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	**Код компетенции**	**Формулировка компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	Результаты обучения

Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей; УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации УК-6.3. Владеет навыками эффективного целеполагания, приемами организации собственной деятельности; саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях	Знать: основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда. Уметь: планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей. Владеть: практическим опытом получения дополнительного образования, изучения дополнительных образовательных программ.
Владение современными информационными технологиями	ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ОПК-5.1 умеет применять общие или специализированные пакеты прикладных программ, предназначенных для выполнения статистических процедур информации, построение эконометрических моделей) ОПК -5.2 использует электронные библиотечные системы для поиска необходимой научной литературы и статистической информации	Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации Уметь: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности. Владеть: практическим опытом работы с информационными источниками, опытом научного поиска, создания научных текстов

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины, изучаемой в 1 семестре, составляет 2 зачетных единиц. По дисциплине предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		1	2		

Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**36**	**36**			
Учебные занятия лекционного типа	2	2			
из них: в форме практической подготовки	-	-			
Практические занятия	-	-			
из них: в форме практической подготовки	-	-			
Лабораторные занятия	-	-			
из них: в форме практической подготовки	-	-			
Иная контактная работа	34	34			
из них: в форме практической подготовки	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**27**	**27**			
Контроль промежуточной аттестации (час)	*9*	*9*			
Форма промежуточной аттестации	*зачёт*	*зачёт*			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Очно-заочная форма обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		1	2		
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками	**24**	**24**			
Учебные занятия лекционного типа	2	2			
из них: в форме практической подготовки	-	-			
Практические занятия	-	-			
из них: в форме практической подготовки	-	-			
Лабораторные занятия	-	-			
из них: в форме практической подготовки	-	-			
Иная контактная работа	22	22			
из них: в форме практической подготовки	-	-			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**39**	**39**			
Контроль промежуточной аттестации (час)	*9*	*9*			
Форма промежуточной аттестации	*зачёт*	*зачёт*			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЧАСАХ	**72**	**72**			

2.2. Учебно-тематический план учебной дисциплины

Очной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Семинарские/ практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Иная контактная работа**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1 Электронные технологии в образовании	27	9	18	1	-	-	-	-	-	17	-
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»	36	18	18	1	-	-	-	-	-	17	-
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**27**	**36**	**2**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**34**	**-**

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**								
			Всего	**Лекционные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Семинарские/ практические занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Лабораторные занятия**	*из них: в форме практической подготовки*	**Иная контактная работа**	*из них: в форме практической подготовки*
Модуль 1 (Семестр 1)											
Раздел 1 Электронные технологии в образовании	36	19	12	1	-	-	-	-	-	11	-
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная	36	20	12	1	-	-	-	-	-	11	-

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов										
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками								
			Всего	Лекционные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Семинарские/ практические занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Лабораторные занятия	*из них: в форме практической подготовки*	Иная контактная работа	*из них: в форме практической подготовки*
образовательная среда РГСУ»											
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**										
Общий объем, часов	**72**	**39**	**24**	**2**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**22**	**-**

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1 (семестр 1)							
Раздел 1 Электронные технологии в образовании	9	4	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная	18	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	8	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя

образовательная среда РГСУ»							
Общий объем по модулю/семестру, часов	**27**	**12**		**11**		**4**	

Очно-заочной формы обучения

(в том числе с применением дистанционных образовательных технологий)

Раздел, тема	**Всего**	**Виды самостоятельной работы обучающихся**					
		Академическая активность, час	**Форма академической активности**	**Выполнение практ. заданий, час**	**Форма практического задания**	**Рубежный текущий контроль, час**	**Форма рубежного текущего контроля**
Модуль 1 (семестр 1)							
Раздел 1 Электронные технологии в образовании	19	8	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Раздел 2. Система дистанционного образования «Виртуальная образовательная среда РГСУ»	20	9	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	9	реферат	2	Компьютерное тестирование или иная форма рубежного контроля по усмотрению преподавателя
Общий объем по модулю/семестру, часов	**39**	**17**		**18**		**4**	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по учебной дисциплине

РАЗДЕЛ 1 ЭЛЕКТРОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБРАЗОВАНИИ

Цель: изучить применение современных электронных технологий в образовании

Перечень изучаемых элементов содержания: Инновационные технологии в образовании. Электронное обучение и электронная педагогика. Особенности инноваций в сфере образования, преимущества и недостатки электронного обучения. Основные принципы Болонского процесса. Потенциальные выгоды виртуальной системы образования в России, инструменты доставки знаний студенту. Самостоятельная работа в виртуальной образовательной среде. Общие понятия «электронного обучения». Использование программно-аппаратной платформы электронного обучения. Принципы дистанционного обучения. Электронные учебные курсы. Основные причины перехода к использованию информационно-коммуникационных технологий в учебном процессе. Архитектура различных моделей электронного обучения. Виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студента при электронном обучении. Организация учебного процесса при использовании электронного типа обучения. Основные виды учебных материалов, использующиеся в СДО.

Тема 1. Электронные технологии в образовании

Вопросы для самоподготовки:

1. Назовите основные преимущества электронного обучения?
2. Назовите основные принципы болонского процесса обучения?
3. Назовите основные преимущества и недостатки электронного обучения.
4. Назовите уровни подготовки по болонской системе.
5. Назовите основные потенциальные выгоды системы дистанционного обучения для студента.
6. В чем заключаются выгоды присоединения к болонской системе для нашей страны?
7. Что такое электронная форма обучения?
8. Что подразумевает электронное обучение?
9. Что относится к задачам системы дистанционного обучения (СДО)?
10. Что входит и что не входит в состав электронного учебника?
11. Укажите причины использования ИКТ в образовании.
12. Какие инструменты электронного обучения являются синхронными?
13. Что необходимо для широкого применения электронного обучения?
14. Что включает в себя установочная лекция?
15. Дайте определение понятию дискуссия в системе дистанционного обучения.
16. Назовите основные критерии оценки реферата.
17. Дайте определение «Виртуальному лабораторному практикуму».
18. Какой показатель не ходит в состав рейтинговой оценки по дисциплине?
19. Что является основными учебными материалами в электронном обучении?
20. Что такое веб-браузер?
21. Что означает расположение результатов поиска в поисковых системах по релевантности?

22. Какое действие с папками и файлами нельзя отменить в системе дистанционного обучения?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 1

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов к теме 1:

1. Уровни подготовки по болонской системе.
2. Особенности электронного обучения
3. Особенности применения дистанционного обучения в России и за рубежом
4. Проблемы и перспективы применения электронного/дистанционного обучения
5. Недостатки применения электронного/дистанционного обучения
6. Инструменты электронного обучения
7. Технологии электронного обучения

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ВИРТУАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ СРЕДА РГСУ»

Цель: выявить современные подходы к деловой оценке персонала организации с использованием современных информационных технологий и программных решений, определить основные пути повышения качества трудовой деятельности с использованием всех форм дистанционного общения, пути мультикультурного взаимодействия, пути использования дистанционных форм проведения обучения, аттестации.

Перечень изучаемых элементов содержания:

Процедуры авторизации в системе дистанционного образования (СДО). Интерфейс СДО. Основные меню интерфейса. Доступ к учебным материалам дисциплины. Виды электронных учебных пособий. Практические задания, правила их выполнения. Вебинар, режим реального времени. Трансляция, использование веб-камеры. Чат, правила введение текстовых сообщений. Видеоролик, размещение записи в списке материалов курса для использования в учебном процессе. Рубежные тесты к разделам. Итоговое тестирование. Информационные ресурсы разделов. Новостные сообщения. Авторизованные пользователи, доступ к информации. Обмен сообщениями. Оповещение о получаемых сообщениях. Уведомления системы. Возможные ограничения и сроки выполнения задания. Тьютор, общение с тьютором. Служба технической поддержки.

Вопросы для самоподготовки:

1. По какому адресу вы можете обратиться к системе дистанционного обучения РГСУ?
2. Где на странице располагается кнопка авторизации в СДО?
3. Что означает сообщение «Режим управления» на панели авторизации?
4. Можно ли скачать инструкцию пользователя СДО до авторизации в системе?
5. Какие разделы есть на панели «Основное меню».
6. Какой категории посетителей доступен виджет «Техническая поддержка»?
7. Каким образом осуществляется доступ к списку дисциплин?
8. Из каких вкладок состоит раздел «Ресурсы дисциплины»?

9. В каком разделе можно узнать величину максимально возможного балла за занятие?
10. В каком разделе размещаются дополнительные файлы для изучения?
11. Занятие какого типа требует прикрепления файла с ответом?
12. Какой результат за прохождение теста передается в ведомость успеваемости?
13. Назовите основные поля интерфейса типа «Вебинар».
14. В каком разделе размещаются учебные материалы, обязательные для изучения?
15. По какой системе выставляется оценка за занятия в СДО?
16. Можно ли написать сообщение своему одногруппнику в СДО?
17. Какой датой ограничивается срок доступа к дисциплине?
18. Какие рекомендуются ограничения для файлов, прикрепляемых к занятию с типом «задание»?
19. Где и как искать номера телефонов службы тех.поддержки СДО?
20. В каком разделе размещаются учебные дополнительные материалы для изучения?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К ТЕМЕ 2

Форма практического задания: реферат.

Примерный перечень тем рефератов к теме3:

1. Задачи системы СДО в обучении
2. Интерактивность системы СДО
3. Коммуникации в системе СДО
4. Учебный процесс в системе СДО
5. Направления оптимизации процесса обучения в системе СДО
6. СДО при дистанционной форме обучения

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является **зачет,** который проводится в **устной / письменной** форме.

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов	Знать: основные принципы самовоспитания и самообразования, профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда.	Этап формирования знаний

	образования в течение всей жизни	Уметь: планировать свое рабочее время и время для саморазвития, формулировать цели личностного и профессионального развития и условия их достижения, исходя из тенденций развития области профессиональной деятельности, индивидуально-личностных особенностей.	Этап формирования умений
		Владеть: практическим опытом получения дополнительного образования, изучения дополнительных образовательных программ.	Этап формирования навыков и получения опыта
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации	Этап формирования знаний
		Уметь: соотносить разнородные явления и систематизировать их в рамках избранных видов профессиональной деятельности.	Этап формирования умений
		Владеть: практическим опытом работы с информационными источниками, опытом научного поиска, создания научных текстов	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	**Этапы формирования компетенций**	**Показатель оценивания компетенции**	**Критерии и шкалы оценивания**
УК-6, ОПК-5	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания,

		обобщать и излагать материал	умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
УК-6, ОПК-5	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в

			ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
УК-6, ОПК-5	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Теоретический блок вопросов:

1. Назовите основные задачи дистанционного обучения.
2. Каким образом проводиться аттестация обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям основной образовательной программы?
3. Охарактеризуйте важнейшую задачу организации самостоятельного обучения

студента с учетом их индивидуальных особенностей.

4. В чем заключается организация обратной связи и принятия оптимальных решений в управлении качеством обучения?

5. Перечислите основные функции оценки качества знаний.

6. Какие особенности текущего контроля знаний в дистанционной форме обучения Вы знаете?

7. Раскройте содержание текущего контроля знаний.

8. Чем характеризуется текущий контроль знаний?

9. Что определяет использование механизмов проведения тестирования?

10. Каковы важнейшие цели виртуальной образовательной среды?

11. Определите основные части модульных образовательных программ «Студент в среде электронного обучения».

12. Каковы особенности планирования и использования входного контроля знаний?

13. Сформулируйте социально-экономическую сущность дистанционной формы обучения.

14. В чем сущность и необходимость проведения претеста?

15. Раскройте понятие эффективности самостоятельной учебной работы студента в виртуальной образовательной среде.

16. Укажите место СДО в современной системе образования.

17. Сформулируйте цели и задачи СДО для высших учебных заведений.

18. Определите уровень и значение тренирующих тестов.

19. Раскройте понятие тренинг.

20. Охарактеризуйте приоритеты СДО в сфере высшего профессионального образования.

21. Раскройте сущность, значение и структуру практических заданий.

22. Каковы критерии качества самостоятельной работы студента в виртуальной образовательной среде РГСУ?

23. Охарактеризуйте основные черты инновационного подхода к формированию дистанционной системы образования.

24. На основе чего определяются принципы исполнения письменных работ в системе дистанционного обучения?

25. В чем сущность дискуссии в системе дистанционного обучения и правила ее проведения?

26. Какие временные интервалы необходимо соблюдать при проведении дискуссии в виртуальной образовательной среде РГСУ.

27. Укажите положительные и отрицательные моменты системы дистанционного обучения (на личном примере).

28. Какие социальные технологии применяются при реализации стратегии проведения дистанционного образования?

29. Какова роль государства в реализации программ дистанционного обучения?

30. Методы измерения и анализа текущего контроля знаний студента в электронной образовательной среде.

31. Каковы методы измерения групповой работы в рамках одной дисциплины в системе дистанционного обучения?

32. Каким требованиям должны удовлетворять тестовые вопросы в СДО?

33. Кто формирует методические указания проведения дискуссий?

34. Сколько раз студент обязан принять участие в проведении дискуссии?
35. Перечислите основные критерии оценки за участие в дискуссионном процессе?
36. Уровни подготовки по болонской системе.
37. Особенности электронного обучения
38. Особенности применения дистанционного обучения в России и за рубежом
39. Проблемы и перспективы применения электронного/дистанционного обучения
40. Недостатки применения электронного/дистанционного обучения
41. Инструменты электронного обучения
42. Технологии электронного обучения
43. Задачи системы СДО в обучении
44. Интерактивность системы СДО
45. Коммуникации в системе СДО
46. Учебный процесс в системе СДО
47. Направления оптимизации процесса обучения в системе СДО
48. СДО при дистанционной форме обучения

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

Промежуточная аттестация по учебной дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалаврита/магистратуры/специалитета в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по учебной дисциплине выставляется по пятибалльной системе для экзамена/дифференцированного зачета и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

5.1.1. Основная литература

1. Вайндорф-Сысоева, М. Е. Методика дистанционного обучения : учебное пособие для вузов / М. Е. Вайндорф-Сысоева, Т. С. Грязнова, В. А. Шитова ; под общей редакцией М. Е. Вайндорф-Сысоевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9202-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450836 (дата обращения: 24.06.2021)
2. Просторы и горизонты цифрового образования. Материалы вебинаров, бесед и исследований Юрайт. Академии. Выпуск 3. Весенний семестр 2021 / А. А. Сафонов [и др.] ; составители А. А. Сафонов, П. А. Частова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 212 с. — (Юрайт.Академия). — ISBN 978-5-534-14890-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/486343 (дата обращения: 29.06.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Информатика для гуманитариев : учебник и практикум для вузов / Г. Е. Кедрова [и др.] ; под редакцией Г. Е. Кедровой. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 653 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14260-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. с. 56 — URL: https://urait.ru/bcode/468135/p.56 (дата обращения: 11.01.2021).
2. Черткова, Е. А. Компьютерные технологии обучения : учебник для вузов / Е. А. Черткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07491-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471256 (дата обращения: 29.06.2021).

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека «Grebennikon»	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «*Студент в среде электронного обучения*» предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программы учебной дисциплины, доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе во время проведения лабораторных работ и занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач лабораторной работы/практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

- консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Обработка, обобщение полученных результатов лабораторной работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку работа сдается преподавателю. Форма

отчетности может быть письменная, устная или две одновременно. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой лабораторной работе/практическому занятию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету/дифференцированному зачету/экзамену. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа к Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows 7
2. Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Microsoft Visio.
3. Справочно-правовая система Консультант+
4. Acrobat Reader DC
5. 7-Zip
6. Microsoft Office (Word, Excel)
7. Виртуальная образовательная среда РГСУ https://sdo.rgsu.net

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№ №	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека «Grebennikon»	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по учебной дисциплине

Для изучения учебной дисциплины *«Студент в среде электронного обучения»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки*38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет, компьютер).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** допускается замена специально оборудованных помещений их виртуальными аналогами, позволяющими обучающимся осваивать умения и навыки, предусмотренные профессиональной деятельностью.

5.6 Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины *«Студент в среде электронного обучения»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение учебной дисциплины *«Студент в среде электронного обучения»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические тренинги в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении учебной дисциплины *«Студент в среде электронного обучения»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины *«Студент в среде электронного обучения»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий.

В рамках учебной дисциплины *«Студент в среде электронного обучения»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

При реализации ***очно-заочной формы обучения с применением дистанционных образовательных технологий*** предусмотрено освоение дисциплины (модуля) «*Студент в среде электронного обучения*» с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Порядок применения дистанционных образовательных технологий при реализации дисциплины (модуля) «*Студент в среде электронного обучения*» осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в Российском государственном социальном университете.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский государственный социальный университет»
Филиал РГСУ в г. Минске Республики Беларусь

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала РГСУ в г. Минске Республики Беларусь
_____ С.А. Полетаев
«27» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ТЕХНОЛОГИИ ТРУДОУСТРОЙСТВА

Направление подготовки
«38.03.02 Менеджмент»

Направленность (профиль)
«Управление маркетингом»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - *ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА*

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Минск, 2021

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Технологии трудоустройства*» разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент*, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 970, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования - программы *бакалавриата* по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент,* а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программой и с учетом следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника:

- *07.003 «Специалист по управлению персоналом»;*
- *07.003 «Специалисты кадровых служб и учреждений занятости».*

Рабочая программа дисциплины (модуля) «*Технологии трудоустройства*» разработана рабочей группой в составе: д.э.н., профессор факультета управления СафроноваА.А.

Руководитель основной профессиональной образовательной программы к.с.н., доцент _____ Т.А. ЕВСТРАТОВА
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) обсуждена и утверждена на Ученом совете факультета управления
Протокол № _11__ от «_27__» _мая_ 2021_ года

Декан факультета управления
Кандидат медицинских наук, доцент _____ А.Н. ОСТРОВСКИЙ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рекомендована к утверждению представителями организаций-работодателей *(при совместной разработке или разработке по заказу)*:

Акционерное общество «АНКОР»
Заместитель генерального директора _____ Т. БАСКИНА
(подпись)

Закрытое акционерное общество «ЭКОПСИ Консалтинг»,
Директор проектов _____ С.В.БАРАНОВ
(подпись)

Рабочая программа дисциплины (модуля) рецензирована и рекомендована к утверждению:

Д.э.н., профессор Финансового университета при Правительстве РФ _____ И.Ю. БЕЛЯЕВА
(подпись)

Д.с.н., профессор факультета управления _____ О.А. УРЖА
(подпись)

Согласовано
Научная библиотека, директор _____ И.Г. МАЛЯР
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля) 4

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы бакалавриата 4

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций 4

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 5

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося 5

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля) 7

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 11

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю) 11

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю) 14

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 21

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю) 21

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы 21

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания 22

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы 24

4.5 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций 25

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 26

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля) 26

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 27

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) 26

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля) 30

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) 31

5.6 Образовательные технологии 32

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

РАЗДЕЛ 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля) «Технологии трудоустройства» заключается в получении обучающимися теоретических знаний и практических навыков по исследованию процессов профессионального самоопределения, правильной самопрезентации при знакомстве с потенциальными работодателями и дальнейшей адаптацией в коллективе.

Задачи дисциплины (модуля):

1. знать основные принципы и методы подбора и отбора персонала.
2. знать основные методы адаптации персонала.
3. уметь анализировать основные проблемы привлечения и адаптации персонала.
4. уметь проводить анализ методов изучения затрат рабочего времени.
5. знать основные цели личностного и профессионального развития, способы повышения личной эффективности
6. вырабатывать практические навыки по эффективному использованию времени в целях развития личностного и профессионального роста,

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы высшего образования- программы *бакалавриата*

Дисциплина (модуль) *«Технологии трудоустройства»* реализуется в части, формируемой участниками образовательных отношений основной образовательной программы по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент» очной, очно-заочной формам обучения и очно-заочной с ДОТ.*

Изучение дисциплины (модуля) *«Технологии трудоустройства»* базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися ранее в ходе освоения программного материала ряда дисциплин (модулей): *«Технологии самоорганизации и эффективного взаимодействия», «Социология», «Работа с информацией в обучении и профессиональной деятельности».*

Перечень последующих дисциплин (модулей), для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной дисциплиной (модулем): *«Рынок труда и управление трудовыми отношениями», «Социальное проектирование в системе управления»*

1.3 Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы *бакалавриата* соотнесенные с установленными индикаторами достижения компетенций

Процесс освоения дисциплины (модуля) *«Технологии трудоустройства»* направлен на формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных компетенций: УК-3; УК-4, УК-6 в соответствии с основной профессиональной образовательной программой высшего образования – программой бакалавритата по направлению подготовки *38.03.02 «Менеджмент»*.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты:

Категория компетенций	Код компетенции	Формулировка компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Универсальная	**УК-3**	Способен осуществля	УК-3.1 Понимает цели, задачи и принципы подбора и отбора персонала	*Знать:* Этапы найма и методы отбора персонала,

компетенция		ть социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2 Применяет методы отбора и адаптации персонала. УК- 3.3 Использует технологии найма, отбора, приема и адаптации персонала	процедуру подбора и отбора персонала *Уметь:* разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и осуществлять программы по их адаптации *Владеть:* инструментами, отбора и адаптации персонала, навыками деловой оценки персонала при найме
Универсальная компетенция	**УК-4**	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Формулирует основные направления поиска персонала и основные квалификационные требования к персоналу УК-4.2 Проводит системный анализ информационных источников для поиска персонала, используя компьютерный инструментарий. УК-4.3 Применяет аналитический инструментарий для работы с источниками информации для поиска персонала.	*Знать:* источники набора персонала, основные требования к персоналу, методы отбора персонала *Уметь:* выбирать источники поиска персонала, осуществлять поиск персонала *Владеть:* навыками работы с информационными источниками для поиска персонала, навыками межличностного общения при отборе персонала
Универсальная компетенция	**УК-6**	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Формулирует цели личностного и профессионального развития УК-6.2 Проводит анализ эффективности использования рабочего времени УК-6.3 Применяет методы целеполагания, технологии создания рабочего плана, методы контроля эффективности использования рабочего времени	*Знать:* Цели организации и цели личности, Smart-технология постановки целей Д. Доурдэна, систему постановки целей Г. Архангельского, основные приёмы планирования рабочего времени, метод контроля «Пяти пальцев» Л. Зайверта *Уметь:* Определять потери и нерациональные затраты рабочего времени, рассчитав коэффициент использования рабочего времени, коэффициент потерь времени по организационно-техническим причинам *Владеть:* навыками контроля за использованием рабочего времени, приёмами делегирования полномочий

РАЗДЕЛ 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Объем дисциплины (модуля), включая контактную работу обучающегося с педагогическими работниками и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость дисциплины (модуля), изучаемой в 3 семестрах, составляет _2_ зачетных единицы. По дисциплине (модулю) предусмотрен *зачет*.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	**36**	36			
Учебные занятия лекционного типа	2	2			
Практические занятия					
Лабораторные занятия					
Иная контактная работа	**34**	34			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	**27**	27			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	24	24			
Учебные занятия лекционного типа	2	2			
Практические занятия					
Лабораторные занятия					
Контактная работа в ЭИОС					
Иная контактная работа	**22**	22			
Самостоятельная работа обучающихся, всего	39	39			
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**			
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**			

Очно-заочная форма обучения с ДОТ

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		3			
Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками (по видам учебных занятий) (всего):	24	24			
Учебные занятия лекционного типа	2	2			

Практические занятия						
Лабораторные занятия						
Контактная работа в ЭИОС						
Иная контактная работа	**22**	22				
Самостоятельная работа обучающихся, всего	39	39				
Контроль промежуточной аттестации (час)	**9**	**9**				
ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В ЧАСАХ	**72**	**72**				

2.2. Учебно-тематический план дисциплины (модуля)

Очной формы обучения

Раздел, тема	**Виды учебной работы, академических часов**							
	Всего	**Самостоятельная работа**	**Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками**					
			Всего	**Лекционные занятия**	**Семинарские/ практические занятия**	**Лабораторные занятия**	**Иная контактная работа**	
							Всего	**Практическая подготовка**
Модуль 1 (Семестр _3_)								
Раздел 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	10	5	5	1			4	
Раздел 2. Система поиска и отбора персонала	12	5	5				5	
Раздел 3. Профориентация и трудовая адаптация персонала	14	5	6				6	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**5**						
Общий объем, часов	**36**	**15**	**16**	**1**			15	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Модуль 2 (Семестр _3_)								
Раздел 4. Личностное и профессиональное развитие	12	4	6	1			5	
Раздел 5. Целеполагание и процесс достижения целей	12	4	7				7	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Раздел 6. Технологии повышения профессиональной эффективности	12	4	7				7	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**4**						
Общий объем, часов	**36**	**12**	**20**	**1**			19	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	72	27	36	2			34	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _3_)								
Раздел 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	10	5	5	1			4	
Раздел 2. Система поиска и отбора персонала	12	7	3				3	
Раздел 3. Профориентация и трудовая адаптация персонала	14	8	4				4	

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Контроль промежуточной аттестации (час)		**4**						
Общий объем, часов	**36**	**20**	**12**	**1**			11	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Модуль 2 (Семестр _3_)								
Раздел 4. Личностное и профессиональное развитие	12	5	4	1			3	
Раздел 5. Целеполагание и процесс достижения целей	12	6	4				4	
Раздел 6. Технологии повышения профессиональной эффективности	12	8	4				4	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**5**						
Общий объем, часов	**36**	**19**	**12**	**1**			11	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	72	39	24	2			22	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Виды учебной работы, академических часов							
	Всего	Самостоятельная работа	Контактная работа обучающихся с педагогическими работниками					
			Всего	Лекционные занятия	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Иная контактная работа	
							Всего	Практическая подготовка
Модуль 1 (Семестр _3_)								
Раздел 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	12	5	5	1			4	
Раздел 2. Система поиска и отбора персонала	12	7	3				3	
Раздел 3. Профориентация и трудовая адаптация персонала	12	8	4				4	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**4**						
Общий объем, часов	**36**	**20**	**12**	**1**			11	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Модуль 2 (Семестр _3_)								
Раздел 4. Личностное и профессиональное развитие	12	5	4	1			3	
Раздел 5. Целеполагание и процесс достижения целей	12	6	4				4	
Раздел 6. Технологии повышения профессиональной эффективности	12	8	4				4	
Контроль промежуточной аттестации (час)		**5**						
Общий объем, часов	**36**	**19**	**12**	**1**			11	
Форма промежуточной аттестации	**Зачет**							
Общий объем часов по дисциплине (модулю)	72	39	24	2			22	

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

3.1. Виды самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Очной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 3							
Раздел 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	5	1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Система поиска и отбора персонала	5	1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Профориентация и трудовая адаптация персонала	5	1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов	**15**	**3**		**6**		**6**	
Модуль 2. семестр 3							
Раздел 4. Личностное и профессиональное развитие	4	1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	1	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Целеполагание и процесс достижения целей	4	1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	1	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Технологии повышения профессиональной эффективности	4	1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	1	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Общий объем по модулю/семестру, часов,	**12**	**3**		**3**		**6**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**27**	**6**		9		12	

Очно-заочной формы обучения

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 3							
Раздел 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	5	1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Система поиска и отбора персонала	7	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Профориентация и трудовая адаптация персонала	8	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов	**20**	**7**		**7**		**6**	
Модуль 2. семестр 3							
Раздел 4. Личностное и профессиональное развитие	5	1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 5. Целеполагание и процесс достижения целей	6	2	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Раздел 6. Технологии повышения профессиональной эффективности	8	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**19**	**6**		**7**		**6**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**39**	**13**		14		12	

Очно-заочной формы обучения с ДОТ

Раздел, тема	Всего	Виды самостоятельной работы обучающихся					
		Академическая активность, час	Форма академической активности	Выполнение практ. заданий, час	Форма практического задания	Рубежный текущий контроль, час	Форма рубежного текущего контроля
Модуль 1. семестр 3							
Раздел 1. Рынок труда: сущность, элементы, механизм функционирования	5	1	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 2. Система поиска и отбора персонала	7	2	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 3. Профориентация и трудовая адаптация персонала	8	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов	**20**	**6**		**8**		**6**	
Модуль 2. семестр 3							
Раздел 4. Личностное и профессиональное развитие	5	2	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	1	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование

Раздел 5. Целеполагание и процесс достижения целей	6	2	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	2	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Раздел 6. Технологии повышения профессиональной эффективности	8	3	Подготовка к лекционным и практическим занятиям, самостоятельное изучение раздела в ЭИОС	3	Расчетное практическое задание	2	Компьютерное тестирование
Общий объем по модулю/семестру, часов,	**19**	**7**		**6**		**6**	
Общий объем по дисциплине (модулю), часов	**39**	**13**		14		12	

3.2 Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю)

МОДУЛЬ 1

РАЗДЕЛ 1. РЫНОК ТРУДА: СУЩНОСТЬ, ЭЛЕМЕНТЫ, МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНМИРОВАНИЯ

Цель: *сформировать систему знаний о современных подходах к анализу рынка труда и научиться использовать их в профессиональной деятельности*

Перечень изучаемых элементов содержания

Закон «О занятости населения». Сущность рынка труда. Спрос и предложение. Рабочая сила как товар. Особенности рынка труда. Элементы рынка труда. Субъекты рынка труда. Классификация рынков труда. Механизм функционирования рынка труда. Регулирование рынка труда. Сегментация рынка труда. Молодежный рынок труда. Трансформация рынка труда. Инвестиции в человеческий капитал. Карьера. Управление карьерой. Факторы карьерного продвижения.

Тема 1. Общая характеристика рынка труда

Вопросы для самоподготовки:

1. Конкуренция на рынке труда.
2. Основные модели национальных рынков труда.
3. Современные тенденции развития молодежного рынка труда

Тема 2. Занятость и безработица

Перечень изучаемых элементов содержания

Социально-экономическая сущность занятости. Структура занятости. Виды занятости. Современные формы занятости. Гибкая занятость. Безработица. Уровень безработицы. Причины безработицы. Виды безработицы. Социально-экономические последствия безработицы. Безработица как социально-психологическая проблема. Социальная поддержка безработных.

Вопросы для самоподготовки:

1. Занятость населения как объект государственного регулирования
2. Новые формы занятости в рыночной экономике
3. Особенности занятости студентов.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 1

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

1. Проанализируйте влияние, которое может оказать каждый из следующих факторов на вовлечение занятого работника в поиск нового места работы:
   - уровень безработицы на региональном рынке труда;
   - возраст работника;
   - уровень образования работника;
   - стаж работы на данном рабочем месте;
   - рост спроса на продукт фирмы, где в настоящее время занят работник;
   - плотность населения и уровень трудовой активности населения в регионе, где проживает работник.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 1: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 2. СИСТЕМА ПОИСКА И ОТБОРА ПЕРСОНАЛА.

Цель: уметь находить и анализировать источники поиска персонала, самостоятельно принимать решения по вопросам отбора персонала, формировать профиль должности на основе стратегических и текущих целей организации.

Перечень изучаемых элементов содержания

Место системы поиска и отбора кадров в общей системе управления персоналом в организации. Основные и принципы построения системы поиска и отбора персонала. Основные задачи поиска персонала. Определение потребности в персонале с учетом основных целей организации. Внешний и внутренний отбор персонала. Основные характеристики и особенности рекрутинга. Алгоритм формирования профиля должности. Набор компетенций, необходимых для различных должностей. Преимущества и недостатки внешнего и внутреннего отбора. Источники внутреннего и внешнего отбора персонала. Общая схема работы по привлечению специалистов высшего класса. Выбор и оценка кандидата на вакантную должность. Техника тестирования и составление досье на кандидата на вакантную должность. Временный найм и его разновидности. Причины временного найма. Сравнительный анализ лизинга персонала с другими формами найма трудовых ресурсов. Схема договорных отношений при лизинге персонала. **Спрос на временных сотрудников**

Тема 1. Технологии поиска персонала

Вопросы для самоподготовки:

1. Что представляет собой процесс подбора персонала?
2. Перечислите основные источники найма персонала и сравните их.
3. Через какие Интернет ресурсы вербуют редких специалистов?
4. Как формируется резерв кандидатов?
5. Какую информацию должно содержать типовое резюме кандидата?
6. В чём заключается сложность метода head hunting?
7. Как проводится оценка подбора персонала?
8. В каких случаях компании пользуются методом поиска Preliminaring?

Тема 2. Технологии отбора персонала

Вопросы для самоподготовки:

1. Что представляет собой процесс отбора персонала?
2. Какие предварительные сведения нужны для отбора персонала?

3. Что представляет собой отборочное собеседование?
4. Какие ошибки необходимо учитывать при проведении отборочного собеседования?
5. Каков порядок приёма персонала в организацию?
6. Что представляет собой деловая оценка персонала?
7. Перечислите основные документы, необходимые для приёма на работу.
8. Что представляет собой технология отсева кандидатов?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 2

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

. Напишите объявление о появившейся вакансии на вашем предприятии.

Акцентируйте внимание на следующих моментах:

1. Данные идеального кандидата (Все – в предпочтительном варианте).
2. Желательность опыта владения кандидатом своего собственного дела? Да / Нет
3. Способности и качества, требуемые на этой должности (то есть поведение, характерные черты, особенности в противовес навыкам и знаниям).
4. Личные качества.
5. Отрасли, в которых должен работать наиболее предпочтительный кандидат.
6. Компании, кандидаты из которых предпочтительны.
7. Компании, в которых, мог бы работать подходящий кандидат.
8. Компании, кандидаты из которых не желательны.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 2: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 3. ПРОФОРИЕНТАЦИЯ И ТРУДОВАЯ АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА.

Цель: Уметь разрабатывать систему адаптации персонала организации, выстраивать командные отношения, диагностировать организационную культуру предприятия, владеть навыками формирования системы мотивационных ориентиров работников

Перечень изучаемых элементов содержания

Профессиональная ориентация и формы профориентационной работы. Профессиональная консультация. Виды профессионального обучения. Сущность трудовой адаптации персонала. Задача подразделения или специалиста по управлению адаптацией персонала. Формы адаптации персонала. Стадии адаптации персонала. Механизм управления процессом адаптации персонала.

Тема 1. Профессиональная ориентация персонала.

Вопросы для самоподготовки:

1. Основные формы профориентационной работы
2. Профессиональное просвещение
3. Профессиональная информация
4. Профессиональная консультация

Тема 2. Трудовая адаптация персонала.

Вопросы для самоподготовки:

1. Система адаптации персонала организации
2. Виды адаптации персонала организации.
3. Условия успешной адаптации персонала организации
4. Технологии управления адаптацией персонала организации

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 3

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

Современное предприятие действует в постоянно меняющейся среде, поэтому требования к персоналу также постоянно меняются. Для решения задачи обеспечения устойчивого роста предприятие должно стать обучающейся организацией. В современной теории менеджмента обучающейся называется организация, которая создает условия для обучения и развития персонала и, тем самым, совершенствуется сама.

Одним из условий приобретения статуса обучающейся организации является проведение целенаправленного обучения персонала и развитие качеств, наиболее значимых для достижения целей предприятия.

Эти качества рассматриваются как компетенции. То есть, обучающаяся организация должна развивать компетенции своего персонала.

Результаты оценки рисков компетенций могут быть использованы для определения направлений развития персонала и совершенствования самой организации.

Карта оценки рисков компетенций, составленная на заключительном этапе оценки рисков, может использоваться для выявления наиболее проблемных с точки зрения персонала участков подразделения или предприятия. Проблемы могут быть вызваны либо организационными недостатками, либо низким уровнем компетенций персонала.

Организационные условия и связанные с ними риски определяют направления совершенствования самой организации. В частности, это:

- совершенствование политики подбора, развития и мотивации персонала и приведение ее в соответствие с целями и стратегией предприятия;
- оптимизация организационной структуры;
- улучшение условий и обеспечение безопасности труда;
- повышение уровня организационной культуры.

Личностные риски определяют потребность в обучении, повышении квалификации и развитии персонала. Удовлетворить эту потребность можно с помощью:

- разработки программ обучения и повышения квалификации;
- применения современных методов обучения;
- распространения передового опыта;
- планирования карьеры и т.п.

Задание.

1. Какая организация называется обучающейся?
2. Назовите, какие основные организационные условия и связанные с ними риски определяют направления совершенствования самой организации?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 3: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

МОДУЛЬ 2

РАЗДЕЛ 4. ЛИЧНОСТНОЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ.

Цель: изучить основные цели личностного и профессионального развития и их побудительные мотивы в условиях современной изменчивой внешней среды, взаимосвязь личностного и профессионального развития.

Перечень изучаемых элементов содержания

Сущность и цели личностного развития. Побудительные причины к личностному и профессиональному развитию. Роль системы образования в развитии личности. Детерминация поведения личности.

Тема 1. Личностное развитие человека.

Вопросы для самоподготовки:

1. Почему образ профессии как когнитивное и эмоциональное образование меняет систему общих ориентиров в общественном и индивидуальном сознании людей?
2. Какое значение имеет здесь слово «детерминация»?
3. Что в себя включает понятие «бихевеоризм»?
4. Какие закономерности социальных стереотипов Вы знаете?
5. В чем заключается суть теорий научения человека?

Тема 2. Профессиональное развитие личности

Вопросы для самоподготовки:

1. Понятие и виды карьерного успеха
2. Почему вопрос об эффективности вхождении человека в организацию является ключевым при реализации кадровой стратегии организации?
3. Может ли у всех работников одинаково формироваться процесс организационной социализации?
4. Каковы слагаемые успешной карьеры?
5. Почему качества личности являются важнейшим фактором успешной карьеры?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 4

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

В крупной производственной компании ведущий инженер Владимир Петров разработал концепцию создания нового инновационного продукта. Он рассказал об этом своему непосредственному начальнику – заведующему лабораторией новых разработок Васину. Тому идея понравилась. Он сказал, что сможет под эту идею пробить бюджет, дополнительные ресурсы и т.д., но автором идеи будет считаться он, Васин, а не Петров. Тот останется формально только исполнителем, а фактически будет воплощать эту идею в жизнь, так как только он знает, как это сделать, но маленький нюанс: при этом текущие обязанности с него никто не снимает, и зарплата его останется без изменений.

Петрову предложение начальника не понравилось. И он обратился к заместителю генерального директора Градовой со своей идеей. Градова была человеком новым в компании, поэтому не хотела ни с кем ссориться. Она выбрала самый простой путь: вызвала Васина и

спросила его мнение о Петрове. Когда Васин понял, в связи с чем его расспрашивают о подчиненном, то быстро сориентировался: стал критиковать его работу, личные качества и требовать его увольнения. «Либо я, либо он» - резюмировал Васин. Назревал серьезный конфликт. Градова вызвала HR-а Петухову и поручила ей разрулить ситуацию. Петухова, отдавая должное изобретателю Петрову и признавая его незаурядные таланты и то, как он много сделал для компании, посоветовавшись с генеральным директором, предложила Петрову пока уйти в бессрочный отпуск. А там дальше видно будет.

Через месяц сотрудник уволился и устроился на работу в компанию, где ему предоставили возможность реализовать его проект. Сейчас он успешно работает в качестве руководителя в новой компании, а предыдущие его работодатели еле сводят концы с концами.

Задание.

1. Какие ошибки были допущены руководством компании и конкретно Петуховой с точки зрения планирования карьеры Петрова?
2. Какую мотивационную составляющую следовало включить в основу плана развития карьеры Петрова?

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 4: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 5. ЦЕЛЕПОЛАГАНИЕ И ПРОЦЕСС ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ.

Цель: знать основные принципы и методы постановки целей, взаимосвязь личных и профессиональных целей, алгоритм и инструменты достижения профессиональных целей. Smart-технология постановки целей Д. Доурдэна, систему постановки целей Г. Архангельского, основные приёмы планирования рабочего времени, метод контроля «Пяти пальцев» Л. Зайверта

Перечень изучаемых элементов содержания

Понятие «цель», её виды и подходы к её формулированию. Принципы и инструменты разработки цели. Алгоритм достижения цели. Разработка плана по достижению цели. Отличие и взаимосвязь личных и профессиональных целей

Тема 1. Технологии разработки профессиональных целей

Вопросы для самоподготовки:

1. Факторы, влияющие на выбор личных целей
2. Факторы, влияющие на выбор профессиональных целей
3. SMART-метод как инструмент разработки целей.
4. Основные этапы процесса разработки целей.
5. Алгоритм применения метода декомпозиции

Тема 2. Инструменты достижения профессиональных целей.

Вопросы для самоподготовки:

1. Необходимы ресурсы для достижения профессиональных целей
2. Факторы, способствующие достижению профессиональных целей.
3. Инструменты планирования для достижения профессиональных целей.
4. Влияние обучения и наставничества на достижение профессиональных целей
5. Контроль как необходимое условие для достижения профессиональных целей.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 5

Форма практического задания: расчетное практическое задание

Пример расчетного практического задания

Разработайте подробный план развития персонала. Структура плана представлена ниже.

СТРУКТУРА ПЛАНА РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА

1. Дата, на какой период и кем составлен, кем утвержден.
2. Общие положения. Описание текущей ситуации.
3. Цели.
4. Функциональные планы.
5. Календарный план деятельности отдела управления человеческими ресурсами.
6. Бюджет.
7. Заключение.
8. Приложения.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 5: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 6. ТЕХНОЛОГИЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ.

Цель: изучить направления повышения профессиональной эффективности персонала, принципы обучения сотрудников, оценку ключевых показателей эффективности персонала.

Перечень изучаемых элементов содержания

Основные направления повышения профессиональной эффективности персонала. Коучинг, как инструмент повышения профессиональной эффективности персонала. Этапы профессионального продвижения персонала. Работа с кадровым резервом.

Тема 1. Способы повышения профессиональной эффективности персонала.

Вопросы для самоподготовки:

1. Какие направления включает деловая оценка персонала?
2. Принципы рационального использования персонала
3. Цели и задачи коучинга.
4. В чём смысл систематического обучения персонала?

Тема 2. Управление профессиональным продвижением персонала.

Вопросы для самоподготовки:

1. Что такое ротация кадров?
2. Методы изучения профессиональных качеств работника.
3. Какие правила следует соблюдать при управлении карьерой?
4. Каковы характерные особенности служебного роста работника в Японии?

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ 6

Форма практического задания: расчетное практическое задание

В компании существуют определенные оценочные процедуры, однако, они носят формальный характер. Сотрудники оцениваются по результатам завершения испытательного

срока, а также по итогам работы каждый месяц. После такой аттестации принимается решение соответственно или о зачислении сотрудника в штат или о выплате бонуса к заработной плате.

В данной оценке отсутствует системность. Помимо этого, она не учитывает многие элементы системы управления персоналом, такие как: управление деловой карьерой, мотивация, обучение и развитие сотрудников. Так, поскольку нет объективной информации о способностях и потенциале работников, об их соответствии занимаемой должности, зачастую возникают трудности при принятии определенного кадровые решения (о продвижении сотрудника, его обучении и т.д.)

1. Сформулируйте цели и задачи создания новой системы оценки сотрудников.
2. Выберите методы проведения оценки сотрудников с учетом потребностей организации.
3. Расскажите о новой, комплексной системе оценки сотрудников.

РУБЕЖНЫЙ КОНТРОЛЬ К РАЗДЕЛУ 6: форма рубежного контроля – компьютерное тестирование.

РАЗДЕЛ 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

4.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине (модулю)

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) является **зачет,** которые проводятся в **устной** форме.

4.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Содержание компетенции (части компетенции)	Результаты обучения	Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать: Этапы найма и методы отбора персонала, процедуру подбора и отбора персонала	Этап формирования знаний
		Уметь: разрабатывать мероприятия по привлечению и отбору новых сотрудников и осуществлять программы по их адаптации	Этап формирования умений
		Владеть: инструментами, отбора и адаптации персонала, навыками деловой оценки персонала при найме	Этап формирования навыков и получения опыта
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской	Знать: источники набора персонала, основные требования к персоналу, методы отбора персонала	Этап формирования знаний
		Уметь: выбирать источники поиска персонала, осуществлять поиск персонала	Этап формирования умений
		Владеть: навыками работы с информационными источниками для поиска персонала, навыками	Этап формирования навыков и получения опыта

	Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	межличностного общения при отборе персонала	
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	*Знать:* Цели организации и цели личности, Smart-технология постановки целей Д. Доурдэна, систему постановки целей Г. Архангельского, основные приёмы планирования рабочего времени, метод контроля «Пяти пальцев» Л. Зайверта	Этап формирования знаний
		Уметь: Определять потери и нерациональные затраты рабочего времени, рассчитав коэффициент использования рабочего времени, коэффициент потерь времени по организационно-техническим причинам	Этап формирования умений
		Владеть: навыками контроля за использованием рабочего времени, приёмами делегирования полномочий	Этап формирования навыков и получения опыта

4.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	**Этапы формирования компетенций**	**Показатель оценивания компетенции**	**Критерии и шкалы оценивания**
УК-3	Этап формирования знаний.	Теоретический блок вопросов. Уровень освоения программного материала, логика и грамотность изложения, умение самостоятельно обобщать и излагать материал	1) обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок: (9-10] баллов; 2) обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения: [8-9) баллов; 3) обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает

			последовательность в изложении программного материала: (6-8) баллов; 4) обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки: [0-6] баллов.
УК-4	Этап формирования умений	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Практическое применение теоретических положений применительно к профессиональным задачам, обоснование принятых решений	1) свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, задание выполнено верно, даны ясные аналитические выводы к решению задания, подкрепленные теорией: (9-10] баллов; 2) владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий, задание выполнено верно, отмечается хорошее развитие аргумента, однако отмечены погрешности в ответе, скорректированные при собеседовании: [8-9) баллов; 3) испытывает затруднения в выполнении практических заданий, задание выполнено с ошибками, отсутствуют логические выводы и заключения к решению: (6-8) баллов; 4) практические задания, задачи выполняет с большими затруднениями или задание не выполнено вообще, или задание выполнено не до конца, нет четких выводов и заключений по решению задания, сделаны неверные выводы по решению задания: [0-6] баллов.
УК-6	Этап формирования навыков и получения опыта.	Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.)* Решение практических заданий и задач, владение навыками и умениями при выполнении практических заданий, самостоятельность, умение обобщать и излагать материал.	

4.4 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Теоретический блок вопросов:

1. Развитие рынка рекрутинговых услуг в условиях демографического кризиса.
2. Влияние организационной культуры на социальную политику организации.
3. Восприятия, ценности, аттитюды и их роль в оценке трудовых ресурсов и повышении эффективности процедур привлечения и отбора персонала.
4. Формирование культуры организации в режиме дистанционных взаимодействий.
5. Влияние дистанционных коммуникаций на поведение человека в организации.
6. Разработка модели управления человеческими ресурсами в условиях виртуального взаимодействия.
7. Сопротивление изменениям в организации и меры его преодоления.
8. Исследование коммуникативных особенностей персонала в условиях виртуального дистанционного взаимодействия сотрудников.
9. Оценка эффективности обучения персонала.
10. Предпринимательский стиль управления: его формирование и развитие.
11. Современные методы оценки персонала.
12. Разработка системы обучения в компании.
13. Разработка системы мотивации в компании.
14. Современные методы адаптации новых сотрудников.
15. Управление деловой карьерой в иностранных компаниях.
16. Тайм-менеджмент в управлении персоналом.
17. Современные методы подбора персонала (стресс-интервью, интервью по компетенциям, case-интервью).
18. Профориентация и профотбор.
19. Социально-психологический тренинг как метод обучения человеческих ресурсов.
20. Использование case-study в обучении человеческих ресурсов.
21. Каковы особенности индивидуального фонда времени и его структуры?
22. Перечислите основные этапы карьеры.
23. Каковы основные типы карьеры?
24. В чем заключаются основные причины неудачной карьеры?
25. Smart-технология постановки целей Д. Доурдэна.
26. В чем заключается особенность проектной системы постановки целей Г. Архангельского?
27. Каковы особенности функционирования ситуационного анализа Л. Зайверта?
28. Что представляет собой «золотые» пропорции планирования времени?
29. Назовите основные правила и ошибки контроля?
30. Что представляет собой делегирование полномочий?

Аналитическое задание *(задачи, ситуационные задания, кейсы, проблемные ситуации и т.д.):*

1. Какие западные технологии тайм-менеджмента можно использовать в российских компаниях и какие необходимо адаптировать?

2. Дайте несколько рекомендаций западным менеджерам в области тайм-менеджмента, работающим в России.
3. Разработайте анкету для анализа эффективности использования рабочего времени. В анкете должно быть не меньше 12 вопросов и не меньше 4 закрытых ответов. Вопросы анкеты должны быть сформулированы таким образом, чтобы дали возможность определить:
    - Время наивысшей продуктивности;
    - Потери рабочего времени из-за неправильных действий коллег;
    - Потери рабочего времени из-за неумения делегировать полномочия;
    - Эффективность организации труда работника
4. У сотрудника, давно работающего в компании, в определенный момент резко снизилась результативность, приведите как можно больше причин возникновения подобной ситуации.
5. Сравните руководителей двух подразделений: один из них показывает всегда очень высокие личные результаты, а у другого личные результаты не выше всех, но средний показатель сотрудников его отдела выше.
6. У вас в отделе проходит довольно важное совещание, которое ведет руководитель. Вдруг у него звонит телефон, он слушает и говорит вам: «Меня вызывает генеральный, вы должны принять решение без меня». Руководитель уходит. Через минут пятнадцать-двадцать обсуждения становится ясно, что дискуссия зашла в тупик. Ваша реакция?
7. Какие из элементов и методов развития персонала применяются в известной Вам организации? Как они применяются и какие результаты это дает?
8. Какие из элементов и методов развития персонала целесообразно и реально можно было бы использовать в известной Вам организации и почему? Что для этого необходимо сделать?
9. Приведите примеры и факты, на основе обобщения которых можно сформулировать политику обучения и развития персонала в вашей организации.
10. Приведите информацию, на основе которой можно судить о степени соответствия политики обучения целям и задачам организации.
11. Сформулируйте проблемы, противоречия и конфликты, возникшие в организации в области обучения персонала.
12. Какие проблемы, связанные с развитием карьеры работников, вам известны?
13. Какова роль организации в планировании карьеры своих работников.
14. Разработайте план своего продвижения по службе, включая мероприятия по саморазвитию, обучению, повышению квалификации, ротации.
15. Какие выделяют способы целенаправленного управления моделями поведения сотрудников?
16. Сформулируйте цели обучения человеческих ресурсов как с точки зрения работника, так и работодателя.
17. Назовите различия понятий «подготовка», «переподготовка» и «повышение квалификации».
18. Какие методы оценки потенциала работников Вы знаете? Раскройте сущность каждого метода?

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

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата в Российском государственном социальном университете и Положение о балльно-рейтинговой системе

оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине (модулю) выставляется по пятибалльной системе для экзамена и по системе зачтено/не зачтено для зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата в Российском государственном социальном университете.

РАЗДЕЛ 5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Основная литература

1. Кязимов, К. Г. Управление человеческими ресурсами: профессиональное обучение и развитие: учебник для вузов / К. Г. Кязимов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09762-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/474247 (дата обращения: 09.09.2021).

2. Семенова, Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда: учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 243 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11387-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/475396 (дата обращения: 09.09.2021).

5.1.2. Дополнительная литература

1. Управление человеческими ресурсами: учебник и практикум для вузов / О. А. Лапшова [и др.]; под общей редакцией О. А. Лапшовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8761-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468825 (дата обращения: 09.09.2021).

2. Горленко, О. А. Управление персоналом: учебник для среднего профессионального образования / О. А. Горленко, Д. В. Ерохин, Т. П. Можаева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 249 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9457-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/452929 (дата обращения: 09.09.2021).

3. Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для вузов / В. М. Маслова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09984-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468476 (дата обращения: 09.09.2021).

5.2 Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Технологии трудоустройства*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;

− ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

− внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

1. Персональные компьютеры;
2. Средства доступа в Интернет;
3. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	http://biblioclub.ru/
2.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
3.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, обучающим видео и книгам, выпускаемым Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.3 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Освоение обучающимся дисциплины (модуля) «*Технологии трудоустройства*» предполагает изучение материалов дисциплины (модуля) на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения дисциплины (модуля) и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с рабочей программой дисциплины (модуля), доступной в электронной информационно-образовательной среде РГСУ.

Следует обратить внимание на списки основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

− запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;

− постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;

− узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к занятию семинарского типа

При подготовке и работе к занятиям семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время.

Работа во время проведения учебного занятия семинарского типа включает:

− консультирование студентов преподавателями и вспомогательным персоналом с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в лаборатории;

− самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала. Более подробная информация о самостоятельной работе представлена в разделах «Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы по дисциплине (модулю)», «Методические указания к самостоятельной работе по дисциплине (модулю»).

5.4 Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса по дисциплины (модуля)

5.4.1. Средства информационных технологий

4. Персональные компьютеры;
5. Средства доступа в Интернет;
6. Проектор.

5.4.2. Программное обеспечение

1.Операционная система Windows 7
2.Microsoft Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level
3.Справочно-правовая система Консультант+
4.Acrobat Reader DC
5.7-Zip
6.SKY DNS
7.TrueConf(client)

5.4.3. Информационные справочные системы и профессиональные базы данных

№№	Название электронного ресурса	Описание электронного ресурса	Используемый для работы адрес
1.	ЭБС «Университетская	Электронная библиотека, обеспечивающая доступ высших и	http://biblioclub.ru/

	библиотека онлайн»	средних учебных заведений, публичных библиотек и корпоративных пользователей к наиболее востребованным материалам по всем отраслям знаний от ведущих российских издательств	
2.	Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 34 млн научных публикаций и патентов	http://elibrary.ru/
3.	Образовательная платформа Юрайт	Электронно-библиотечная система для ВУЗов, ССУЗов, обеспечивающая доступ к учебникам, учебной и методической литературе по различным дисциплинам.	https://urait.ru/
4.	База данных "EastView"	Полнотекстовая база данных периодических изданий	http://ebiblioteka.ru/
5.	База данных международного индекса научного цитирования "Scopus"	Библиографическая и реферативная база данных и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях	http://www.scopus.com/
6.	Международный индекс научного цитирования "Web of Science"	Поисковая интернет-платформа, объединяющая реферативные базы данных публикаций в научных журналах и патентов, в том числе базы, учитывающие взаимное цитирование публикаций. Web of Science охватывает материалы по естественным, техническим, общественным, гуманитарным наукам и искусству.	http://webofknowledge.com
7.	Электронная библиотека "Grebennikon"	Библиотека предоставляет доступ более чем к 30 журналам, выпускаемых Издательским домом "Гребенников".	https://grebennikon.ru/

5.5 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для изучения дисциплины (модуля) *«Технологии трудоустройства»* в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалаврита по направлению подготовки *38.03.02 Менеджмент* используются:

Учебная аудитория для занятий лекционного типа оснащена специализированной мебелью (стол для преподавателя, парты, стулья, доска для написания мелом); техническими средствами обучения (видеопроекционное оборудование, средства звуковоспроизведения, экран и имеющие выход в сеть Интернет).

Учебная аудитория для занятий семинарского типа: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с

доступом в сеть интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: оснащены специализированной мебелью (парты, стулья) техническими средствами обучения (персональные компьютеры с доступом в сеть Интернет и обеспечением доступа в электронно-информационную среду университета, программным обеспечением).

5.6 Образовательные технологии

При реализации дисциплины (модуля) *«Технологии трудоустройства»* применяются различные образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения.

Освоение дисциплины (модуля) *«Технологии трудоустройства»* предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме разбора конкретных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития **профессиональных** навыков обучающихся.

При освоении дисциплины (модуля) *«Технологии трудоустройства»* предусмотрено применением электронного обучения.

Учебные часы дисциплины (модуля) *«Технологии трудоустройства зации»* предусматривают классическую контактную работу преподавателя с обучающимся в аудитории и контактную работу посредством электронной информационно-образовательной среды в синхронном и асинхронном режиме (вне аудитории) посредством применения возможностей компьютерных технологий (электронная почта, электронный учебник, тестирование, вебинар, видеофильм, презентация, форум и др.).

В рамках дисциплины (модуля) *«Технологии трудоустройства»* предусмотрены встречи с руководителями и работниками организаций, деятельность которых связана с *направленностью «Менеджмент»,* реализуемой основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 года №970	Протокол заседания Ученого совета филиала РГСУ в г. Минске № 1 от «27» августа 2021 года	01.09.2021