Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

УТВЕРЖДАЮ
проректор
по учебной работе
_____А.М. Дигурова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки 19.03.03 – Продукты питания животного происхождения

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Форма обучения - очная

Владикавказ 2017

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению *19.03.03 Продукты питания животного происхождения*, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 марта 2015 г., N199, учебным планом подготовки бакалавра по направлению *19.03.03 Продукты питания животного происхождения*, утвержденным ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 27.04.2017 г. протокол № 11

Составитель: Абаева Индира Николаевна

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры товароведения и технологии продуктов питания
(протокол № 8 от «19» июня 2017 г.)

Заведующий кафедрой _____Ибрагимова З.Р.

Одобрена советом факультета химии, биологии и биотехнологии
(протокол № 10 от «30» июня 2017 г.)

Председатель_____Агаева Ф.А.

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов)

	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Курс	1	
Семестр	2	-
Лекции	16	
Практические(семинарские) занятия	34	-
Лабораторные занятия	-	
Консультации	-	-
Итого аудиторных занятий	50	
Самостоятельная работа	58	
Курсовая работа	-	-
Форма контроля		
Экзамен	-	
Зачет	зачет	-
Общее количество часов	108	

2. Цели освоения дисциплины

Главная цель состоит в систематизации представлений студентов о функционировании рыночной экономики, которой, в частности, свойственны перенасыщенность рынка товарами и услугами. Курс «Менеджмент и маркетинг» является синтетическим по содержанию и дает возможность изучения различных вариантов рыночных стратегий и тактических методов, используемых субъектами хозяйствования для обеспечения стабильного положения как на внутреннем, так и на внешних рынках. Важность изучения дисциплины определяется тем, что изучаемые вопросы позволяют обобщать реальную практику рыночных отношений, управленческой деятельности фирм и предприятий и формировать мышление современных руководителей на базе философии бизнеса.

Цель преподавания дисциплины - раскрыть сущность маркетинга и привить будущим специалистам умения и навыки в области методологии маркетинга и менеджмента, использования их в практической деятельности современного предприятия.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических и организационных основ менеджмента и маркетинга в торговых организациях;
- ознакомление с последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации и управления компаниями с учетом специфики российского рынка и современного зарубежного опыта;
- изучение законодательных и нормативных документов, регламентирующих предпринимательскую деятельность;
- развитие практических навыков анализа стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением предпринимательской деятельностью, оценки ее результатов и оптимизации для повышения эффективности предпринимательства.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Б1.В.ДВ.10.01 - Вариативная часть. Дисциплины по выбору.

Изучение данной дисциплины базируется на освоении студентами дисциплин «Экономика» и «Обществознание» в средней школе.

К началу изучения дисциплины студенты должны владеть знаниями об экономической деятельности людей, экономике России; основами экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- навыками работы с компьютером;
- уметь подходить к событиям общественной и политической жизни с экономической точки зрения, используя различные источники информации.

Для освоения данной учебной дисциплины (УД) студент ***должен:***

знать:

- функции денег, банковскую систему, причины различий в уровне оплаты труда, основные виды налогов, организационно-правовые формы предпринимательства, виды ценных бумаг, факторы экономического роста;

уметь:

- использовать приобретенные знания о функционировании рынка труда, сферы малого предпринимательства и индивидуальной трудовой деятельности для ориентации в выборе профессии и траектории дальнейшего образования;
-подходить к событиям общественной и политической жизни с экономической точки зрения, используя различные источники информации;

***владеть*:**

- навыками в практической деятельности и повседневной жизни для получения и оценки экономической информации, составления семейного бюджета, оценки собственных экономических действий в качестве потребителя, члена семьи и гражданина.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Коды компетенций	Содержание компетенций
ПК-14	готовность давать оценку достижениям глобального пищевого рынка, проводить маркетинговые исследования и предлагать новые конкурентоспособные продукты к освоению производителем
ПК -22	способность принимать управленческие решения с учетом производственных условий
ПК-23	владение принципами разработки бизнес-планов производства и основами маркетинга

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями ОПОП

Коды компетенций ОПОП	Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП		
	знать	***уметь***	***владеть***

ПК-14	-методику проведения маркетинговых исследований	-давать оценку достижениям глобального пищевого рынка, проводить маркетинговые исследования и предлагать новые конкурентоспособные продукты к освоению производителем	-навыками давать оценку достижениям глобального пищевого рынка; -навыками проведения маркетинговых исследования
ПК -22	-управленческие решения с учетом производственных условий	-принимать управленческие решения с учетом производственных условий	-навыками управленческих решений с учетом производственных условий
ПК-23	-принципы разработки бизнес-планов производства; -основы маркетинга	-разрабатывать бизнес-планы производства	-навыками разработки бизнес-планов производства

При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины (ОФО)

Таблица 5.1

№ недели	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Количество баллов		Литература
		лек	пр	Содержание	Часы		min	max	
1-2	Тема1: Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга. Классификация маркетинга. Основные виды маркетинга	2	4	Маркетинг и его роль в развитии общественного питания. Принципы и функции маркетинга. Структура маркетинговой деятельности. Объекты маркетинговой деятельности. Окружающая среда маркетинга. Анализ комплекса маркетинга.	6	устный ответ выполнение реферат	0	**6,0**	[1], [2], [3], [4], [6], [7] [8], [9]
3-4	Тема 2: Современное состояние и перспективы развития отрасли	2	4	Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России и региона.	6	устный ответ выполнение реферат	0	**6,0**	[1], [2], [3], [4], [6], [7] [8], [9]
5-6	Тема 3: Ценообразование на продукцию (услуги) Классификация цен. Формирование цен в предприятиях общественного питания.	2	4 2	Концепции развития рыночных отношений. Цена, ценовая политика. Процесс ценообразования. Стратегии ценообразования. Определение цены на продукцию собственного производства в предприятии общественного питания (по заданию преподавателя).	8	устный ответ выполнение реферат	0	**6,0**	[1], [2], [4], [6], [7],[8], [9], [10] [11], [12]
7-8	Тема 4: Адаптация производства и сбыта к рыночной ситуации	2	4	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в предприятиях общественного питания. Правовые основы рекламы.	7	устный ответ выполнение презентация	0	**7,0**	[1], [2], [4], [5], [6], [7]
9	**Текущая работа студентов**						**0**	**25**	
	1-ое рубежное компьютерное тестирование						**0**	**25**	
9-10	Тема 5 Основные понятия и категории менеджмента	2	4	Особенности менеджмента предприятий общественного питания, цели и задачи. Особенности менеджмента в России.	7	устный ответ выполнение	0	**7,0**	1], [2], [3], [5], [6], [7], [8], [11], [14], [15]

									[22]
11-12	Тема 6: Функции менеджмента	2	4	Функция планирования. Процесс стратегического планирования. Функция организации. Организационные структуры управления. Делегирование полномочий, пределы полномочий. Функция мотивации. Мотивационные теории. Функция контроля. Виды, этапы, правила контроля.	7	устный ответ выполнение реферат	0	**6,0**	[1], [2], [3], [4], [6], [7] [11], [12], [13],
13-14	Тема 7 Стили управления	2	4	Авторитарный стиль управления. Демократический стиль управления. Либеральный стиль управления. Их характеристика. «Решетка менеджмента». Теория лидерства, подходы к лидерству, типы лидерства	7	устный ответ выполнение пр.работы реферат	0	**6,0**	1], [2], [3], [5], [6], [7], [8], [10], [11], [12] [22]
15-16	Тема 8: Коммуникации в управлении. Деловое общение. Особенности процесса коммуникаций на предприятиях общественного питания	2	4	Коммуникации: понятие, виды. Процесс коммуникаций.. Деловое и управленческое общение: понятие, назначение. Роль общения для современного специалиста. Правила ведения деловых бесед, совещаний. Техника ведения телефонных переговоров.	7	устный ответ выполнение пр.работы	0	**6.0**	[1], [2], [3], [4], [5], [6] [9], [11]
18	**2-ое рубежное компьютерное тестирование**						**0**	**25**	
	Текущая работа студентов						**0**	**25**	
	Итого:	**16**	**34**		**58**		**0**	**100**	

6. Образовательные технологии

При изучении дисциплины проводятся лекции и практические занятия в традиционной форме и с использованием современных интерактивных технологий.

Презентации на основе современных мультимедийных средств - самый эффективный способ донесения важной информации при публичных выступлениях. Слайд-презентации с использованием мультимедийного оборудования позволяют эффективно и наглядно представить содержание изучаемого материала, выделить и проиллюстрировать сообщение, которое несет поучительную информацию, показать ее ключевые содержательные пункты. Использование интерактивных элементов позволяет усилить эффективность публичных выступлений, являющихся частью профессиональной деятельности преподавателя.

Презентации предполагаются по темам: «Классификация цен. Формирование цен в предприятиях общественного питания.», «Мотивационные теории»

Кейс-метод (анализ конкретных ситуаций). Кейс-метод (от английского case – случай, ситуация) – усовершенствованный метод анализа конкретных ситуаций, метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Метод кейсов представляет собой изучение, анализ и принятие решений по ситуации (проблеме), которая возникла в результате происшедших событий, реальных ситуаций или может возникнуть при определенных обстоятельствах в тот или иной момент времени. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них.

Решение ситуационных задач (кейсов) предусмотрено по темам «Функции менеджмента», «Стили управления».

Выполнение тестовых заданий. Тестирование – контроль знаний с помощью тестов, которые состоят из условий (вопросов) и вариантов ответов для выбора (вопросы к зачёту и практические задания, используемые в ходе текущего контроля).

Тесты удобно использовать для быстрой проверки усвоения студентами материала по курсу, повторения пройденного. Преимущества использования тестирования перед другими формами контроля знаний студентов заключаются в том, что тестирование позволяет быстро оценить знания большого числа обучаемых при сравнительно несложной и оперативной проверке результатов выполнения тестов.

Перед применением тестов необходимо сообщить студентам об основных правилах тестирования (их можно изложить как устно, так и в форме краткой письменной инструкции, помещенной перед собственно тестовыми заданиями, которые раздаются студентам). В частности, следует разъяснить, сколько вариантов ответа среди предложенных могут быть правильными (в зависимости от используемых тестов), допускается ли использование каких-либо материалов, в какой форме требуется отметить правильный, по мнению студента, ответ (галочка, крестик и т.д.), сколько времени дается на выполнение задания и т.д.

Примечания:

1. Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основании локальных нормативных актов.

2. В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по индивидуальной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины может осуществляться через индивидуальные консультации преподавателя очно, в часы консультаций, по электронной почте, а также с использованием Webex, платформы дистанционного обучения Moodle, личный кабинет студента на сайте СОГУ, других элементов ЭИОС СОГУ.

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа обучающихся является одним из видов учебных занятий. Самостоятельная работа проводится с целью:

− систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся студентов;

− углубления и расширения теоретических знаний;

− формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;

- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;

− развития исследовательских умений.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется на протяжении изучения всей дисциплины в соответствии с утвержденной в учебном плане трудоемкостью 58 часов и состоит из:

- работы студентов с лекционными материалами, поиска и анализа литературы и электронных источников информации по заданной теме;

- выполнения заданий для самостоятельной работы в ЭИОС СОГУ;

- изучения теоретического, правового и статистического материала для подготовки к семинарским занятиям;

- подготовки к зачету.

Темы и формы внеаудиторной самостоятельной работы, ее трудоёмкость содержатся в разделе 5, табл. 5.1.

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат — письменная работа по определенной научной проблеме, краткое изложение содержания научного труда или научной проблемы. Он является действенной формой самостоятельного исследования научных проблем на основе изучения текстов, специальной литературы, а также на основе личных наблюдений, исследований и практического опыта. Реферат помогает выработать навыки и приемы самостоятельного научного поиска, грамотного и логического изложения избранной проблемы и способствует приобщению студентов к научной деятельности.

Последовательность работы:

1. Выбор темы исследования. Тема реферата выбирается студентом на основе его научного интереса. Также помощь в выборе темы может оказать преподаватель.

2. Планирование исследования. Включает составление календарного плана научного исследования и плана предполагаемого реферата. Календарный план исследования включает следующие элементы: выбор и формулирование проблемы, разработка плана исследования и предварительного плана реферата; сбор и изучение исходного материала, поиск литературы; анализ собранного материала, теоретическая разработка проблемы; сообщение о предварительных результатах исследования; литературное оформление исследовательской проблемы; обсуждение работы (на семинаре и т. п.).

План реферата характеризует его содержание и структуру. Он должен включать в себя: введение, где обосновывается актуальность проблемы, ставятся цель и задачи исследования; основная часть, в которой раскрывается содержание проблемы; заключение, где обобщаются выводы по теме и даются практические рекомендации.

3. Поиск и изучение литературы. Для выявления необходимой литературы следует обратиться в библиотеку или к преподавателю. Подобранную литературу следует зафиксировать согласно ГОСТ по библиографическому описанию произведений печати.

Для разработки реферата достаточно изучение 4-5 важнейших статей по избранной проблеме. При изучении литературы необходимо выбирать материал, не только подтверждающий позицию автора реферата, но и материал для полемики.

4. Обработка материала. При обработке полученного материала автор должен: систематизировать его по разделам; выдвинуть и обосновать свои гипотезы; определить свою позицию, точку зрения по рассматриваемой проблеме; уточнить объем и содержание понятий, которыми приходится оперировать при разработке темы; сформулировать определения и основные выводы, характеризующие результаты исследования; окончательно уточнить структуру реферата.

5. Оформление реферата. При оформлении реферата рекомендуется придерживаться следующих правил: Следует писать лишь то, чем автор хочет выразить сущность проблемы, ее логику; Писать строго последовательно, логично, доказательно (по схеме: тезис – обоснование – вывод); Писать ярко, образно, живо, не только вскрывая истину, но и отражая свою позицию, пропагандируя полученные результаты; Писать осмысленно, соблюдая правила грамматики, не злоупотребляя наукообразными выражениями.

Реферат выполняется в соответствии с требованиями стандартов, разработанных для данного вида документов. Работа должна быть выполнена на белой бумаге стандартного листа А4. Текст должен быть отпечатан на компьютере в текстовом редакторе Microsoft Word и отвечать следующим требованиям: параметры полей страниц должны быть в пределах: верхнее и нижнее – по 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм, шрифт – Times New Roman , размер шрифта – 14, межстрочный интервал – полуторный. Лента принтера – только чёрного цвета. Нумерация страниц в реферате должна быть сквозной, начиная с третьей страницы. Номер проставляется арабскими цифрами вверху каждой страницы справа.

При изложении материала необходимо придерживаться принятого плана.

Библиографический список составляется на основе источников, которые были просмотрены и изучены студентом при написании реферата. Данный список отражает самостоятельную творческую работу студента, что позволяет судить о степени его подготовки и углублении в выбранную тематику. Вся использованная литература размещается в следующем порядке: законодательные акты, постановления, нормативные документы; вся учебная литература в алфавитном порядке, затем средства периодической печати в алфавитном порядке; источники из сети Интернет.

Методические рекомендации по созданию мультимедийной презентации

Структура и содержание презентации – это личное творчество автора. Полезно использовать шаблоны оформления для подготовки компьютерной презентации.

Слайды желательно не перегружать текстом, лучше разместить короткие тезисы. На слайдах необходимо демонстрировать небольшие фрагменты текста доступные для чтения на расстоянии; 2-3 фотографии или рисунка. Наиболее важный материал лучше выделить.

Таблицы с цифровыми данными плохо воспринимаются со слайдов, в этом случае цифровой материал, по возможности, лучше представить в виде графиков и диаграмм.

Не следует излишне увлекаться мультимедийными эффектами анимации. Особенно нежелательны такие эффекты как вылет, вращение, волна, побуквенное появление текста и т.д. Оптимальная настройка эффектов анимации – появление, в первую очередь, заголовка слайда, а затем — текста по абзацам. При этом если несколько слайдов имеют одинаковое название, то заголовок слайда должен постоянно оставаться на экране.

Чтобы обеспечить хорошую читаемость презентации необходимо подобрать темный цвет фона и светлый цвет шрифта. Нельзя также выбирать фон, который содержит активный рисунок.

Желательно подготовить к каждому слайду заметки по докладу. Затем распечатать их и использовать при подготовке или на самой презентации. Можно распечатать некоторые ключевые слайды в качестве раздаточного материала.

Необходимо обязательно соблюдать единый стиль оформления презентации и обратить внимание на стилистическую грамотность.

Следует пронумеровать слайды. Это позволит быстро обращаться к конкретному слайду в случае необходимости.

Рекомендации по содержанию и структуре слайдов мультимедийной презентации:

1-й слайд (титульный), на фоне которого студент представляет тему проекта, ФИО и научного руководителя.

2-й слайд. Включает в себя объект, предмет и гипотезу исследования.

3-й слайд. Содержит цель и задачи исследования. Цель проекта должна быть написана на экране крупным шрифтом. Здесь же, если позволяет место, можно написать и задачи. Задачи могут быть представлены и на следующем слайде.

4-й - слайд. Содержит структуру работы, которую можно предоставить, например, в виде графических блоков со стрелками. А также – перечисление применяемых методов и методик.

5-й - слайд. Представляется содержание и теоретическая значимость проекта. Суть решаемой проблемы может быть представлена в виде схем, таблиц, диаграмм, графиков, фотографий, фрагментов фильмов и т.п. На теоретическую часть представления проекта должно быть создано несколько слайдов.

6-й - слайд. Возможности применения результатов работы на практике. На эту тему также должно быть несколько слайдов.

7-й слайд. Главные выводы, итоги, результаты проекта целесообразно поместить на отдельном слайде. При этом не следует перечислять то, что было сделано, а лаконично изложить суть значимости проекта или полученных результатов исследования.

Последний слайд. В конец презентации желательно поместить слайд с текстом «Спасибо за внимание!».

Методические указания по проведению семинарских занятий по дисциплине **«Менеджмент и маркетинг»**

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» читается в течение одного семестра по одному часу в неделю и проводятся практические занятия в объеме двух часов в неделю. Устный опрос является одним из основных способов учета знаний студентов. Различают фронтальный, индивидуальный и комбинированный опрос.

Фронтальный опрос проводится в форме беседы преподавателя с группой. Он органически сочетается с повторением пройденного, являясь средством для закрепления знаний и умений. Его достоинство в том, что на активную умственную работу можно вовлечь всех студентов группы. Для этого вопросы должны допускать краткую форму ответа, быть лаконичными, логически взаимосвязанными друг с другом, даны в такой последовательности, чтобы ответы студентов в совокупности могли раскрыть содержание раздела, темы. С помощью фронтального опроса преподаватель имеет возможность проверить выполнение студентами домашнего задания, выяснить готовность группы к изучению нового материала, определить сформированность основных понятий, усвоение нового учебного материала, который был только что разобран на занятии.

Индивидуальный опрос предполагает обстоятельные, связные ответы студентов на вопрос, относящийся к изучаемому учебному материалу, поэтому он служит важным учебным средством развития речи, памяти, мышления студентов. Чтобы сделать такую проверку более глубокой, необходимо ставить перед студентами вопросы, требующие развернутого ответа.

Вопросы для индивидуального опроса должны быть четкими, ясными, конкретными, емкими, иметь прикладной характер, охватывать основной, ранее пройденный материал программы. Их содержание должно стимулировать студентов логически мыслить, сравнивать, анализировать, доказывать, подбирать убедительные примеры, устанавливать причинно-следственные связи, делать обоснованные выводы и этим способствовать объективному выявлению знаний студентов.

Вопросы обычно задают всей группе и после небольшой паузы, необходимой для того, чтобы студенты поняли его и приготовились к ответу, вызывают для ответа конкретного студента.

Письменная проверка наряду с устной является важнейшим методом контроля знаний, умений и навыков студентов. Однородность работ, выполняемых студентами, позволяет предъявлять ко всем одинаковые требования, попытает объективность оценки результатов обучения. Применение этого метода дает возможность в наиболее короткий срок одновременно проверить усвоение учебного материала всеми студентами группы, определить направления для индивидуальной работы с каждым.

Письменная проверка используется во всех видах контроля и осуществляется как в аудиторной, так и во внеаудиторной работе (выполнение домашних заданий).

Методические рекомендации по использованию информационно-коммуникативных технологий обучения

Для изучения лекционного материала дисциплины применяются аудиовизуальные (мультимедийные) технологии, которые не отрицают традиционные, проверенные временем методы преподавания, но, при этом, они повышают наглядность, информативность, оперативность в подаче информации, позволяют экономить время занятий.

Каждое семинарское занятие имеет свою особую форму проведения, свою методологическую специфику, что позволяет развивать у студентов различные как общекультурные, так и профессиональные компетенции. Постановка проблемы, разбор актуальных конкретных и гипотетических ситуаций, создание атмосферы диалога между преподавателем и группой позволяет работать индивидуально и в малых группах, коллективно обсуждать определенный темами материал, а также инициировать самостоятельную работу студентов. При осмыслении содержания вопросов практических занятий преследуется цель соблюдать преемственность в профессиональном и в творческом развитии студентов.

Контроль самостоятельной работы студентов призван сделать процесс обучения более целостным и органичным. Его задача не оставить без внимания даже, на первый взгляд, малозначительные вопросы.

Компьютерное тестирование позволяет осуществлять итоговый контроль знаний студентов. Тестовый материал включает в себя содержание вопросов по каждому из обозначенных программой разделов.

Каждый вопрос предполагает несколько вариантов ответов, среди которых имеются абсолютно неверный, правильный и в большей или меньшей степени раскрывающий сущность вопроса. В процессе компьютерного тестирования задача студентов определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов. В тестовых заданиях есть вопросы на соответствие. В процессе компьютерного тестирования, задача студента определяется как выбор правильного ответа из многообразия вариантов.

Вопросы и темы, отводимые на выполнение самостоятельной работы по дисциплине, а также критерии оценивания по каждому виду работы содержатся в разделе 8 РПД.

8. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Рабочая программа предусматривает проведение лекционных и практических занятий, а также следующие виды работ: самостоятельную работу студентов по подготовке устных докладов, написанию рефератов, подготовку презентаций и обсуждений по темам дисциплины - работу в активной и интерактивной формах.

Виды контроля.

Рабочая программа предполагает текущий и промежуточный контроль знаний.

Текущий контроль – это непрерывно осуществляемый мониторинг уровня усвоения знаний и формирования умений и навыков в течение семестра или учебного года. Текущий контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в ходе учебных (аудиторных) занятий, проводимых по расписанию. Формами текущего контроля выступают *опросы на*

семинарских и практических занятиях, а также короткие (до 15 мин.) задания, выполняемые студентами в начале лекции с целью проверки наличия знаний, необходимых для усвоения нового материала или в конце лекции для выяснения степени усвоения изложенного материала.

Рубежный контроль осуществляется по более или менее самостоятельным разделам – учебным модулям курса и проводится по окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Рубежный контроль проводится с целью определения качества усвоения материала учебного модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

Темы и критерии оценивания самостоятельной работы

Тематика рефератов (для формирования компетенций ПК-14, ПК-22, ПК-23)

1. Организационная структура фирмы и норма управления.
2. Роль и значение планирования деятельности фирмы в рыночных условиях.
3. Организационная структура фирмы и норма управления.
4. Инновационная политика и управления научно-техническим прогрессом.
5. Анализ и перспектива развития коммуникационных связей в организации.
6. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России и региона
7. Менеджмент как вид деятельности и система управления.
8. Интеграция экономических интересов и социальной ответственности предприятия.
9. Экономические методы управления в менеджменте.
10. Разработка и выбор управленческих решений в условиях неопределенности и риска.
11. Управление рисками в организации.
12. Информационное обеспечение менеджмента.
13. Эффективность решений и ответственность за их принятие и реализацию.
14. Организация коммерческой деятельности на предприятии.
15. Разновидности стиля руководства и факторы его формирования.
16. Стратегический выбор нововведения и методы его оценки на предприятии.
17. Стратегические направления развития менеджмента в Казахстане.
18. Процесс организации прямых продаж
19. Распределение и делегирование полномочий и ответственности в системе менеджмента.
20. Маркетинг как функция менеджмента.
21. Особенности проведения маркетинговых исследований.
22. Маркетинговое исследование рынка.
23. Методы изучения деятельности фирм конкурентов.
24. Туристический маркетинг.
25. Маркетинговая политика организации.
26. Методы формирования цен на товары.
27. Основные методы продвижения продукции на рынке.
28. Методы прогнозирования маркетинговой деятельности.

Оценочный лист защиты рефератов (докладов)

Наименование показателя	Выявленные недостатки и замечания	Баллы
1.К**ачество исследовательской работы (реферата, экономического обзора)**		
1. Грамотность изложения и качество оформления работы		0,5
2. Самостоятельность выполнения работы, глубина проработки материала,		0,5

использование рекомендованной и справочной литературы		
3. Обоснованность и доказательность выводов		1
Общая оценка за выполнение ИР		2
II. Качество доклада		
1. Соответствие содержания доклада содержанию работы		0,5
2. Выделение основной мысли работы		0,5
3.Качество изложения материала		0,5
Общая оценка за доклад		1,5
III. Ответы на дополнительные вопросы по содержанию работы		
Вопрос 1		0,5
Вопрос 2		0,5
Вопрос 3		0,5
Общая оценка за ответы на вопросы		1,5
Итоговая оценка за защиту		5

Перечень тем для подготовки презентаций

(для формирования компетенций ПК-14, ПК-22, ПК-23)

1.. Маркетинг как функция менеджмента.
2. Стратегическое управление в фирмах США.
3. Зарубежный опыт создания и развития малых предприятий.
4. Системный подход к управлению операциями.
5. Управление рыночной инфраструктурой в Северной Осетии.
6. Эволюция менеджмента и основные направления ее развития.
7. Системный подход в управлении экономикой переходного периода.
8. Система управления мотивацией поведения в процессе трудовой деятельности.
9. Стратегия выхода предприятия на внешний рынок.
10.Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке.
11.Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы.
12.Виды маркетинговых стратегий.
13.Товарная политика фирмы и товародвижение.
14.Методы исследования рынков.
15.Информационные маркетинговые системы.

Критерии оценивания студента за подготовку презентации

Критерии/баллы	**4**	**3**	**2**	**1**

Содержание презентации	Четко сформулирована цель и раскрыта тема исследования. В краткой форме дана полная информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Частично изложена информация по теме исследования и дан ответ на проблемный вопрос. Даны ссылки на используемые ресурсы.	Сформулирована цель и тема исследования. Содержание полностью не раскрыто. Информация по теме исследования неточна. Проблема до конца не решена. Не даны ссылки на используемые ресурсы.	Не сформулирована цель и тема исследования. Проблема не решена.
Дизайн презентации	Соблюдается единый стиль оформления. Презентация красочная и интересная. Используются эффекты анимации, фон, фотографии. В презентации присутствуют авторские находки.	Соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Используются некоторые эффекты и фон.	Не соблюдается единый стиль оформления. Слайды просты в понимании. Эффекты и фон не используется.	Не соблюдается стиль оформления. Слайды просты в понимании.
Представление презентации	Автор хорошо владеет материалом по теме исследования. Использует научную терминологию. Обладает навыками ораторского искусства. Полно и точно цитируется использованная литература	Автор владеет материалом по теме исследования, но не смог заинтересовать аудиторию. Недостаточно цитируется литература.	Автор не показал компетентности в представлении презентации. Использованные факты не вызывают доверия. Недостаточно цитируется литература.	Представлены искаженные данные

Промежуточный контроль - итоговая оценка знаний студента, осуществляется по накопительной системе суммированием баллов, полученных в процессе текущего и рубежного контроля.

Форма промежуточного контроля – зачет

Проведение текущего и промежуточного контроля по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением СОГУ.

Балльная структура оценки

Форма контроля	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1-8 недели, в том числе:	***25***
- выполнение и защита практической работы	10
- выполнение домашних заданий	5
- самостоятельная работа	10
1-я рубежная письменная контрольная работа	***25***
Текущая оценка студента в течение 10-15 недели, в том числе:	***25***
- выполнения и защита практической работы	10
- выполнения домашних заданий	5

- самостоятельных работ	10
2-я рубежная письменная контрольная работа	***25***
Итого	**100**

Методика формирования результирующей оценки

В ходе текущего контроля студенты могут набрать 0-100 баллов:

1 –я рубежная аттестация - максимально 50 баллов; из них:

От 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на практических занятиях

2-я рубежная аттестация – максимально 50 баллов; из них:

От 0 до 25 баллов (рубежная аттестация) – тестирование в центре тестирования СОГУ;

От 0 до 25 баллов (текущая оценка) – активная работа за данный период на практических занятиях

Промежуточный контроль:

Учебным планом по данной дисциплине предусмотрен зачет. За устный ответ на зачете студент получает 0-50 баллов. Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов автоматически получают «зачтено».

Результирующая оценка складывается по соответствующей БРС формуле:

$$(\mathbf{T_1} + \mathbf{T_2}) + (P_1 + P_2 + \mathbf{З}):2$$

где $T_1 + T_2$ - количество баллов за текущую работу студентов в семестре

$P_1 + P_2$ - количество баллов за 2 компьютерных тестирований студентов в семестре

З - количество баллов, набранных на зачете.

Вопросы для подготовки к зачету

(для формирования компетенций ПК-14, ПК-22, ПК-23)

1. Маркетинг, его сущность, содержание.
2. Маркетинг как производственно-сбытовая концепция управления.
3. Основные функции маркетинга и содержание маркетинговой работы.
4. Классификация товарных групп в системе маркетинга.
5. Жизненный цикл товара и его фазы.
6. Основные направления в изучении товара маркетинговыми службами.
7. Составляющие понятия качества товара в системе маркетинга.
8. Понятие конкурентоспособности товара и ее составляющие.
9. Виды рынка в зависимости от соотношения спроса и предложения.
10. Содержание понятия емкость рынка, формула ее подсчета.
11. Основные направления комплексного исследования рынка в системе маркетинга.
12. Классификация информации, используемой в маркетинговых исследованиях.
13. Методы комплексного исследования рынка.
14. Виды внекабинетных исследований рынка в системе маркетинга.
15. Виды выборочного наблюдения за продвижением товара на рынке.
16. Основные направления изучения производственно-сбытовых возможностей фирмы.
17. Виды рыночной стратегии.
18. Основные разделы маркетинговой программы.
19. Стадии процесса создания нового товара.
20. Ценовая политика в системе маркетинга.
21. Методы определения цен.
22. Системы товародвижения и каналы сбыта.
23. Ассортиментная политика и ее составляющие.

24. Понятия «маркетинг рисеч» (marketing research), «маркет рисеч» (market research) и «маркетинг микс» (marketing mix).
25. Коммуникационная политика и ее составляющие.
26. Сбытовая политика: вертикальные маркетинговые структуры и каналы сбыта.
27. Ценовая политика: факторы, влияющие на цены. Ценовые стратегии.
28. Товарные стратегии. Матрица БКГ.
29. Глобальные маркетинговые стратегии.
30. Сбытовые стратегии.
31. Стратегическое планирование в маркетинге.
32. Управление маркетингом.
33. Контроль и организация маркетинговой деятельности.
34. Понятие целевого рынка. Стратегия охвата.
35. Принципы выбора целевого сегмента рынка.
36. Понятия целевой сегмент, рыночное окно, рыночная ниша.
37. Оценка собственных возможностей предприятия при выходе на внешний рынок.
38.Внутренняя среда маркетинга.
39. Методы проведения опросов при изучении покупательского спроса.
40. Изучение фирм-конкурентов в системе маркетинга.
41. Понятие рекламы и ее виды.
42. Определение понятий «управление» и «менеджмента»
43.Определение и общие характеристики организаций
44.Типы совместной деятельности в организации
45.Внутренняя и внешняя среда организации
46.Основные функции управления
46.Функция планирования
48.Функция организации
49.Управление конфликтами в организации
50.Особенности менеджмента в России

Оценивание ответа студента на зачете

Характеристика ответа	***баллы***
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента.	46-50
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	41-45
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с	36-40

помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	
Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1–2 ошибки в определении основных понятий, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	31-35
Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	26-30
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	21-25
Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.	1-20
Не получены ответы по базовым вопросам дисциплины.	0

Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровень сформированности компетенций			
«Минимальный уровень не достигнут» (менее 55 баллов)	**Минимальный уровень» (56-70 баллов)**	**«Средний уровень» (71-85 баллов)**	**«Высокий уровень» (86-100 баллов)**
Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.	«Компетенции сформированы. Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Компетенции сформированы. Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Компетенции сформированы. Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			

Обучающийся демонстрирует: - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.	Обучающийся демонстрирует: - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. -способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на	Обучающийся демонстрирует: - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.
Оценка «неудовлетворительно» /незачтено	**Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»**	**Оценка «хорошо» / «зачтено»**	**Оценка «отлично» / «зачтено»**

<u>Примерные тестовые задания</u> (ПК-14, ПК-22, ПК-23)

1. Управление – это:
-процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;

- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.
2. Менеджмент – это:
- процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.
3. Кто является родоначальником классической школы менеджмента:
- Ч. Бебидж;
- М. Вебер;
- Ф. Тейлор.
4. Первый учебник по управлению был написан английским предпринимателем М. Веберов в:
- 1850;
-1790;
-1832;
5. Кто автор этих слов: «Управление – это искусство знать точно, что предстоит сделать и как это сделать самым дешевым и наилучшим способом»?
- Ч. Бебидж;
- М. Вебер;
- Ф. Тейлор.
6. Какие бывают виды разделения труда менеджеров?
- функциональное;
-горизонтальное;
-вертикальное;
-прямое.
7. Сколько существует иерархических уровней менеджмента?
-5;
-3;
-9.
8. Кто относится к среднему уровню менеджеров?
- заместители;
- руководители подразделений;
- руководители групп.
9. Функции менеджмента бывают:
- общие, индивидуальные;
- групповые, специфические;
- конкретные, расширенные;
- правильного ответа нет.
10. Выберите правильные функции менеджмента:
-планирование;
- коодинирование;
- распределение;
- стимулирование;
- все ответы верны.
11. Планирование – это:
-управленческая деятельность, отраженная в планах и фиксирующая будущее состояние менеджмента в текущее время;
- перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;

- обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.
12. Сформулируйте задачи планирования:
-перспективная ориентация в рамках распознавания проблем развития;
- обеспечение целенаправленного развития организации в целом и всех её подразделений.
- создание базы для эффективного контроля путем сравнения показателей.
13. По форме планирование бывает:
- тактическое;
- конкретное;
- перспективное.
14. Необходимость планирования заключается в определении:
- конечных и промежуточных целей;
- задач, решение которых необходимо для достижения целей;
- средств и способов решения задач;
- правильного ответа нет.
15. При какой форме планирования осуществляется выбор средств для выполнения целей на период от 1 года до 5 лет?
- перспективное;
- среднесрочное;
- оперативное.
16. При какой форме планирования осуществляется определение целей деятельности на срок больше 5 лет:
-перспективное;
-среднесрочное;
-оперативное.
17. Организация – это:
- процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
-особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
-это управленческая деятельность, посредством которой система управления приспосабливается для выполнения задач, поставленных на этапе планирования.
18. Какие типы анализа внешнего рынка используются в международном маркетинге:
a) анализ конкуренции;
b) анализ среды;
c) анализ посредников;
d) анализ спроса.
19. Назовите, какая из предложенных ориентации коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга.
a) товарная ориентация;
b) производственная ориентация;
c) сбытовая ориентация;
d) ориентация на потребителя;
e) ориентация на потребителя, общество в целом.
20. Какая из перечисленных в вопросе ориентации соответствует концепции социально-этнического маркетинга?
a) концепция совершенствования товара;
b) концепция совершенствования производства;
c) концепция стимулирования сбыта;
d) концепция социально-этнического маркетинга;
e) концепция достижения потребительской удовлетворенности.
21. Какая концепция маркетинга используется на рынке, где спрос на товары превышает предложение (дефицит товаров)?
a) концепция совершенствования товара;

b) концепция совершенствования производства;
c) концепция стимулирования сбыта;
d) концепция социально-этнического маркетинга;
e) концепция достижения потребительской удовлетворенности;
22. В составе перечисленных назовите понятие, характеризующее один из принципов маркетинга.
a) товар;
b) цена;
c) учет требований потребителя;
d) стимулирование сбыта;
e) распределение товара.
23. Какой из формулировок целей Вы отдаете предпочтение?
a) целью фирмы на следующий год является повышение качества продукции.
b) хорошее качество продукции - залог успеха;
c) качество продукции - под постоянный контроль;
d) повысить прибыльность по каждой позиции ассортимента;
e) довести долю товара на рынке к концу года до 20%;
24 Существует ли прямая зависимость между объемом прибыли и контролируемой долей рынка?
a) да, существует;
b) нет, не существует;
c) существует, если предприятие выпускает один вид продукции;
d) существует, если предприятие выпускает различные виды продукции;
25. Укажите среди перечисленных функции маркетинга:
a) ориентация на коммерческий успех;
b) стимулирование сбыта;
c) ценовая политика;
d) комплексный анализ внешней среды;
e) ситуационное управление;
26. К какой функции относится изучение конкурентов?
a) аналитической;
b) производственно-сбытовой;
c) управления и контроля;
d) учета.
27. К какой функции относится планирование маркетинга?
a) аналитической;
b) производственно-сбытовой;
c) управления и контроля;
d) учета.
28. К какому виду плана относится ситуационный анализ?
a) тактическому;
b) стратегическому;
c) краткосрочному;
d) долгосрочному.

Примерные ситуационные задачи по дисциплине

(для формирования компетенций ПК-14, ПК-22, ПК-23)

Ситуация 1. Директор магазина поручил продавцу организовать погрузку тары на автомашину. Проверяя через некоторое время выполнение задания, он обнаружил, что продавец разговаривает по телефону, автомашина не загружена, а рабочие отдыхают. В данной ситуации директор может принять одно из следующих решений: 1) прервать разговор

продавца и в повышенном тоне потребовать от него выполнения распоряжения; 2) организовать погрузку тары в автомашину лично; 3) поручить эту работу другому; 4) выяснить у продавца /когда он закончит по телефону/ причину невыполнения задания и принять соответствующее решение; 5) ничего не предпринимать. Какое из предложенных решений наиболее правильное? Какие отрицательные последствия могут вызвать неприемлемые решения?

Ситуация 2. Председатель правления РАЙПО прибыл в магазин в момент конфликта, возникшего между продавцом и покупателем. Какие возможные действия он предпримет в этом случае? Возможные варианты действия председателя: 1) не вмешивайся в конфликт; 2) вызвать зав. магазином и поручить ему разобраться в возникшем конфликте; 3) выяснить сущность конфликта и принять одно из следующих решений: – потребовать от продавца удовлетворить претензию покупателя, если он прав, и извиниться перед ним; – потребовать от продавца прекращения общения с покупателем и сделать ему замечание за неправильное поведение; – разъяснить, в чем не правы продавец и покупатель (если это имеет место). Выбранные варианты действий председателя правления РАЙПО должны быть обосновано аргументированы.

Ситуация 3. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 60 млн. шт. при емкости рынка рынка в этом сегменте возрастет на 5%, доля фирмы – на 7%. Во втором сегменте доля фирмы составляет 5%, объем продаж – 77 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 12% при сохранении доли фирмы в этом сегменте.В третьем сегменте емкость рынка составляет 50 млн. шт., доля фирмы – 0,15. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в следующем году при вышеуказанных условиях.

Ситуация 4 Торговое предприятие закупает товар по цене 195 ден. ед. за единицу и продает в количестве 1700 ед. этого товара еженедельно по цене 235 ден. ед. Маркетинговый отдел по результатам исследования рынка рекомендует понизить на одну неделю цену на 5%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

Ситуация 6 В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 16 до 19% при емкости рынка 50 млн. штук продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1000 рублей, а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 190 млн. руб.

Ситуация 7 Фирма при реализации продукции ориентируется на два сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 37 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 1850 млн. шт. Предполагается, что в следующем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 4%, доля фирмы – на 6%. Во втором сегменте доля фирмы составляет 3%, объем продаж – 67 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 9% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. Определить объем продаж фирмы в настоящем году при вышеуказанных условиях.

Ситуация 8 Торговая фирма закупает товар по цене 130 ден. ед. за единицу и продает в количестве 250 ед. этого товара еженедельно по цене 300 ден. ед. Маркетинговый отдел по результатам исследования рынка рекомендует понизить на одну неделю цену на 10%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне?

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Басовский, Леонид Ефимович**.** Маркетинг: курс лекций / Басовский, Леонид Ефимович. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 219с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-002309-0.
2. Веснин, Владимир Рафаилович. Основы менеджмента : учебник / Веснин, Владимир Рафаилович. - М. : Проспект, 2012. - 320с. - ISBN 978-5-392-05758-6.
3. Коротков, Эдуард Михайлович. Менеджмент: учебник для бакалавров / Коротков, Эдуард Михайлович. - 2-е изд., испр.и доп. - М. : Юрайт, 2013. - 640с. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Библиогр.: с.634-640 . - Кн. доступна в электрон. библ. системе biblio-online.ru. - ISBN 978-5-9916-2775-7.
4. Котлер, Филип. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее- к человеческой душе / Котлер, Филип ; А.Сетиаван, Х.Картаджайя; пер.с англ. А.Ю. Заякина. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. - 240с. - ISBN 978-5-91657-473-9.

б) дополнительная литература

5. Котлер,Филип. Маркетинг менеджмент = Marketing management: учебник / Котлер, Филип; К.Л.Келлер. - 12-е изд. - СПб. : Питер, 2012. - 816с.: ил. - (Классический зарубежный учебник). - Библиогр.с.793-799. - ISBN 978-5-469-00841-8.
6. Маслова,Елена Лорандовна. Теория менеджмента: практикум / Маслова, Елена Лорандовна. - 2-е изд., перераб.и доп. - М.: Дашков и К", 2014. - 160с. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с.158-159. - ISBN 978-5-394-02217-3.
7. Парамонова, Татьяна Николаевна. Маркетинг торгового предприятия: учебник / Парамонова, Татьяна Николаевна; И.Н.Красюк, В.В.Лукашевич. - М.: Дашков и К", 2014. - 284с. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.:с.280-282. - ISBN 978-5-394-02068-1.

ЭБС «Юрайт»

8. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для вузов / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 305 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04184-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:http://www.biblio-online.ru/bcode/450097.
9. И. В. Липсиц Маркетинг-менеджмент : учебник и практикум для вузов / под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:http://www.biblio-online.ru/bcode/450381.
10. 10.Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 187 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01142-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:http://www.biblio-online.ru/bcode/451088.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

11. Алексунин, В.А. Маркетинг : учебник / В.А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 200 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573217. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03163-2. – Текст : электронный.
12. Блинов, А.О. Теория менеджмента : учебник / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 304 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573334 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03550-0. – Текст : электронный.
13. Маслова, Е.Л. Менеджмент : учебник / Е.Л. Маслова. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 333 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573337 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03547-0. – Текст : электронный.

в) современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, электронные образовательные ресурсы

Обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам ((требуется регистрация в библиотеке СОГУ):

1. Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ (ЭБД РГБ) (https://dvs.rsl.ru).
2. ЭБС «Университетская библиотека online» (https://biblioclub.ru).
3. ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru» (http://elibrary.ru.)
4. Универсальная баз данных East View (https://dlib.eastview.com). Логин: Khetagurov; Пароль: Khetagurov
5. ЭБС «Консультант студента». http://www.studentlibrary.ru
6. ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям (www.biblio-online.ru)
7. Информационно-правовой портал «Гарант» (http://www.garant.ru/).
8. Справочная правовая система Консультант Плюс (http://www.consultant.ru/).

10. Материально-техническое оснащение дисциплины:

Проведение лекционных занятий по дисциплине осуществляется в кабинете № 408 (УК № 7, РСО – Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, д. 44-46), оснащенного оборудованием: преподавательский стол, стул, столы обучающихся, стулья, кафедра, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, демонстрационные и учебно-наглядные пособия, программным обеспечением.

Проведение практических занятий, консультации и самостоятельная работа студентов по дисциплине осуществляется в кабинете № 614 (УК № 7, РСО – Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, д. 44-46), оснащенного оборудованием: преподавательский стол; стул; столы обучающихся, стулья, классная доска, интерактивное мультимедийное оборудование (доска FOX IB82, проектор Aser U5200 на колонки), ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение.

Состав лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

№ п/п	Наименование	№ договора (лицензия)
1	Windows 10 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
2	Windows 10 Pro for Workstations	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
3	Windows 8.1 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
4	Windows 8.1 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
5	Windows 8 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
6	Windows 8 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
7	Windows 7 Enterprise	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
8	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
9	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
10	Office Standard 2013	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
11	Office Standard 2010	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г
12	Система тестирования Sunrav WEB Class	№ 468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т. (бессрочно)
13	Антивирусное программное обеспечение Kasperksy Total Security	№ 17E0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 г. до 14.03.2019 г.
14	Система управления базами данных MySQL FireBird	Свободное программное обеспечение(бессрочно)
15	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат. ВУЗ»	№ 795 от 26.12.2018 (действителен до 30.12.2019 г) с ЗАО «Анти-Плагиат» продлена до 2021 г.
16	Консультант+	№ 430-2017/614 от11.01.2017 г. ООО «Фаст-Информ» (бессрочно)
17	Гарант	01.2020 г. -12.2021г.

11. Лист обновления/актуализации

1. Программа актуализирована.

Внесенные изменения рассмотрены и утверждены на заседании кафедры товароведения и технологии продуктов питания от «27» июня 2018 г., протокол № 9;

одобрены на заседании совета факультета химии, биологии и биотехнологии от «29» июня 2018 г., протокол № 11.

2. Программа актуализирована.

Внесенные изменения рассмотрены и утверждены на заседании кафедры товароведения и технологии продуктов питания от «25» июня 2019 г., протокол № 10/18-19;

одобрены на заседании совета факультета химии, биологии и биотехнологии от «01» июля 2019 г., протокол № 12/18-19.

3. Программа актуализирована.

Внесенные изменения рассмотрены и утверждены на заседании кафедры товароведения и технологии продуктов питания от «25» июня 2020 г., протокол № 9/19-20;

одобрены на заседании совета факультета химии, биологии и биотехнологии от «30» июня 2020 г., протокол № 10/19-20.