

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**«Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности,
менеджмент и маркетинг»**

Направление подготовки

29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности

Профиль «Конструирование швейных изделий»

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения – очная

Владикавказ 2021

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 22.09.2017 г. № 962, учебным планом подготовки бакалавров по 29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 29.04.2021 г. протокол № 11.

Составитель: доцент, к.э.н., Пашаева З.С.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена на заседании кафедры дизайна, конструирования изделий лёгкой промышленности (протокол № 7 от 12.04.2021 г.)

Зав. кафедрой  3.3. Хохаева

Одобрена советом физико-технического факультета (протокол № 6 от 19.04.2021 г.)

Председатель совета факультета  И.В. Тваури

Рабочая программа утверждена в составе ООП решением Ученого совета от 29.04.2021, протокол № 11.

1. Структура, и общая трудоемкость дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). Форма промежуточной аттестации – зачет

	Очная форма обучения
Курс	3
Семестр	6
Лекции	28
Практические (семинарские) занятия	14
Лабораторные занятия	-
Консультации	-
Итого аудиторных занятий	42
Самостоятельная работа	30
Курсовая работа	-
Экзамен	-
Зачет	зачёт
Общее количество часов	72

2. Цели освоения дисциплины:

Цель преподавания дисциплины состоит в ознакомлении студентов с основами менеджмента и маркетинга и привитии им определенных теоретических и практических навыков в данных областях.

Задачи изучения дисциплины включают рассмотрение основных понятий менеджмента и маркетинга, а также изучение основных целей, направлений и задач данных сфер деятельности.

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» изучается студентами физико-технологического факультета, обучающимися по специальности «Конструирование швейных изделий» с целью повышения уровня их теоретической ориентации и практической подготовки к решению вопросов управления организацией, изучения рынка и воздействия на него.

3. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.

Дисциплина профессионального цикла базовой части Б1.О.18.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в результате освоения дисциплины «Экономика». Также возможна опора на курсы «Организация швейного производства», «Управление трудовым коллективом», «Менеджмент и маркетинг в индустрии моды» и т.д.

4. Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля))

Общим средством контроля является введенная в университете балльно-рейтинговая система оценки успеваемости студентов специалитета и направлений бакалавриата.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- 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);
- способность участвовать в маркетинговых исследованиях, проводить сравнительную оценку изделий легкой промышленности (ОПК-2).

Коды компетенций	Содержание компетенций
УК-1	Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-2	Способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
ОПК-2	Способность участвовать в маркетинговых исследованиях, проводить сравнительную оценку изделий легкой промышленности

Взаимосвязь планируемых результатов обучения по дисциплине с формируемыми компетенциями
ОПОП

Коды компетенций ОПОП	Планируемые результаты обучения, соответствующие формируемым компетенциям ОПОП
УК-1	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы поиска, критического анализа и синтеза информации; – основы применения системного подхода для решения поставленных задач. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками применения системного подхода для решения поставленных задач.
УК-2	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы определения круга задач в рамках поставленной цели. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать оптимальные способы решения поставленных, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками выбора оптимальных способов решения поставленных задач.
ОПК-2	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности проведения маркетинговых исследований; – методы проведения маркетинговых исследований. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить сравнительную оценку изделий легкой промышленности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками проведения сравнительной оценки изделий легкой промышленности.

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

Но ме р не де ли	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Заняти я		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Количес тво баллов		Литерат ура
		л	п р	Содержание	Ча сы		mi n	ma x	
1.	Природа управления и исторические тенденции его развития.	2	-	Сущность управления организацией. Предмет и метод менеджмента.	2	Конспект, вопросы к рубежной контроль ной работе.			1,6,10
2.	Эволюция школ и концепций менеджмента.	4	2	Сущность управленческих подходов на различных этапах развития общественного производства. Анализ периодизации менеджмента.	2	Вопросы к рубежной контроль ной работе.			3,6,10
3.	Основные модели менеджмента.	2	2	Японская модель менеджмента. Американская модель менеджмента.	2	Конспект, вопросы к рубежной контроль ной работе.			1,5,6,7
4.	Организация. Внешняя и внутренняя среда организации.	2	2	Признаки и законы организации. Виды организаций и способы их	4	Реферат			1,2,6,9

				создания. Основные внутриорганизацио нные процессы. Классификация организаций.					
5.	Связующие процессы в менеджменте.	2	2	Коммуникации и информация в организации. Коммуникационны й процесс и его базовые элементы. Управленческие проблемы и причины их возникновения. Принятие решений в менеджменте.	2	Конспект, вопросы к рубежной контроль ной работе.			1,2,3,5,6
6.	Основные функции менеджмента.	2	-	Структура организации. Характерные особенности организационных структур. Власть и влияние. Виды полномочий. Линейные и аппаратные (штабные) полномочия.	2	Реферат			1,2,6,7
7.	Социальные основы и процесс управления маркетингом.	2	-	Маркетинг как научно-прикладная дисциплина. Основные стадии развития	2	Конспект, вопросы к рубежной контроль ной			4,5,9

				маркетинга.		работе.			
8.	Система маркетинговой информации и маркетинговая среда фирмы.	2	2	Маркетинговые исследования и их разновидности. Этапы маркетингового исследования. Маркетинговая среда и ее составляющие.	2	Реферат			3,4,7,8
9.	Сегментирование рынка и особенности позиционирования товара на рынке.	2	2	Сегментирование рынка, его цели, принципы и разновидности. Цели и особенности позиционирования товара.	2	Конспект, вопросы к рубежной контрольной работе.			4,5,8,9
10.	Разработка товаров и проблемы жизненного цикла товара.	2	2	Товар в маркетинге. Характеристики товара. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Жизненный цикл товара и его стадии. Проблемы конкурентоспособности товара. Сертификация продукции.	4	Конспект, вопросы к рубежной контрольной работе.			4,5,10

11.	Установление цен на товары в системе маркетинга.	2	-	Цена и факторы ее определяющие. Рыночные методы формирования цены.	2	Конспект, вопросы к рубежной контрольной работе.			1,3,4,5
12.	Каналы распределения товаров и особенности товародвижения.	2	-	Сущность и функции товародвижения и сбыта. Каналы сбыта: виды, выбор, построение и управление	2	Вопросы к рубежной контрольной работе			2,4,5,8,9
13.	Стратегическое планирование маркетинговой деятельности.	2	-	Стратегия маркетинговой деятельности. Планирование маркетинга. Контроль.	2	Конспект, вопросы к рубежной контрольной работе.			4,5,8,9
	ИТОГО	28	14		30		0	100	

Примечание:

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

При использовании индивидуальной траектории в рамках индивидуального учебного плана подготовки студента, 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

6. Образовательные технологии.

Для достижения планируемых результатов освоения дисциплины, используются различные образовательные технологии:

- традиционные лекции и практические (семинарские) занятия с использованием современных интерактивных технологий;

- лекция-диалог – содержание подается через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции.

- онлайн-семинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет в режиме реального времени. Каждый из участников находится у своего компьютера (средства связи), а связь между ними поддерживается через Интернет посредством загружаемого приложения, установленного на компьютере каждого участника (Zoom, Meet, Skype, Webex и др.);

- доклад (реферат) – студент готовит краткое сообщение по вопросу темы, оформляет работу в соответствии с требованиями и сдает ее преподавателю;

- видеоконференция – сеанс видеоконференцсвязи (ВКС) – это технология интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени.

Технология электронного обучения - реализуется при помощи электронной образовательной среды СОГУ (при использовании ресурсов ЭБС), в ходе проведения автоматизированного тестирования и т. д.

Лекции, лекции-беседы, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Используются интерактивные методы обучения: творческие задания, исследовательский метод обучения, круглые столы, диспуты, семинары.

№/п .	Тема	Вид занятия	Колич ество часов	Активные формы	Интерактивные формы

1.	Эволюция школ и концепций менеджмента.	Практическое	2	Исследование проблемных вопросов темы	
2.	Основные модели менеджмента.	Практическое	2		Круглый стол
3.	Организация. Внешняя и внутренняя среда организации.	Практическое	2	Семинар	
4.	Связующие процессы в менеджменте.	Практическое	2		Творческие задания
5.	Система маркетинговой информации и маркетинговая среда фирмы.	Практическое	2	Семинар	
6.	Сегментирование рынка и особенности позиционирования товара на рынке.	Практическое	2		Семинар в диалоговом режиме
7.	Разработка товаров и проблемы жизненного цикла товара.	Практическое	2		Творческие задания

7. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

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

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- 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 (для очной формы обучения 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.

Все виды самостоятельной работы по темам дисциплины могут осуществляться индивидуально или командой (от 2 до 5 обучающихся, в зависимости от сложности выполняемого задания). Члены команды распределяют между собой функции по сбору исходных данных, их обработки и анализу, подготовке презентационных материалов, при необходимости консультируясь с преподавателем. Задания практико-ориентированного характера выполняются на основе статистических или отчетных данных (актуальных на момент проведения исследования) с учетом специфики деятельности хозяйствующего субъекта, особенностей региона, в соответствии с целями определенными настоящей учебной дисциплины.

Методические рекомендации по написанию рефератов (докладов)

Реферат (доклад) - 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. Подбранную 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 практических занятий по дисциплине
«Основы экономической деятельности предприятий лёгкой промышленности:
менеджмент и маркетинг»**

Практические занятия призваны научить студента самостоятельно работать с учебными текстами, анализировать материал. В начале занятия рекомендуется рассмотреть соответствующий теоретический материал. Затем идет практический разбор изучаемого материала, решаются задачи из практикума, разбирается каждый конкретный пример.

В начале практического занятия следует обратить внимание на теоретические вопросы по теме занятия. Первоначально идет изложение теоретического материала темы занятия. Затем в ряде вопросов преподавателя следует сконцентрировать внимание на основных идеях темы занятия. Вопросы должны включать в себя различные вариации элементарных ситуаций, отображающих основные идеи темы занятия в их взаимной взаимосвязи. Задаваемые вопросы должны быть конкретными и максимально проявлять в студентах их сообразительность.

Устный опрос требует от преподавателя большой предварительной подготовки: тщательного отбора содержания, всестороннего продумывания вопросов, задач и примеров, которые будут предложены, путей активизации деятельности всех студентов группы в процессе проверки, создания на занятии деловой и доброжелательной обстановки.

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, попытаться объективности 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-коммуникационных 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 тематический 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 обучающихся по дисциплине

Тематика рефератов (для формирования компетенций УК-1, УК-2, ОПК-2)

1. Сущность управления организацией.
2. Предмет и метод менеджмента.
3. Основные направления работы менеджера.
4. Сущность и содержание управленческих функций.
5. Сущность управленческих подходов на различных этапах развития общественного производства.
6. Анализ периодизации менеджмента.
7. Признаки и законы организации.
8. Виды организаций и способы их создания.
9. Основные внутриорганизационные процессы.
10. Классификация организаций.
11. Структура организации. Характерные особенности структур.
12. Власть и влияние. Соотношение понятий.
13. Виды полномочий. Линейные и аппаратные (штабные) полномочия.
14. Коммуникации и информация в организации.
15. Коммуникационный процесс и его базовые элементы.
16. Управленческие проблемы и причины их возникновения.
17. Принятие решений в менеджменте.
18. Внутриорганизационные конфликты.
19. Потребности и запросы работников.
20. Цели в менеджменте. Управление по целям.
21. Маркетинг как научно-прикладная дисциплина.
22. Основные стадии развития маркетинга.
23. Маркетинговые исследования и их разновидности.
24. Этапы маркетингового исследования.
25. Маркетинговая среда и ее составляющие.
26. Организационные структуры управления маркетингом.
27. Организация маркетинговой деятельности.
28. Сегментирование рынка, его цели, принципы и разновидности.
29. Цели и особенности позиционирования товара.
30. Товар в маркетинге. Характеристики товара.
31. Товарный ассортимент и товарная номенклатура.
32. Жизненный цикл товара и его стадии.
33. Проблемы конкурентоспособности товара.
34. Сертификация продукции.
35. Цена и факторы ее определяющие.
36. Рыночные методы формирования цены.

37. Модель процесса маркетинговых коммуникаций.
38. Реклама, ее цели и разновидности.
39. Сущность и функции товародвижения и сбыта.
40. Каналы сбыта: виды, выбор, построение и управление.

Оценочный лист защиты рефератов (докладов)

Наименование показателя	Выявленные недостатки и замечания	Баллы
1. КАЧЕСТВО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ (РЕФЕРАТА, ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЗОРА)		
1. Грамотность изложения и качество оформления работы		0,5
2. Самостоятельность выполнения работы, глубина проработки материала, использование рекомендованной и справочной литературы		0,5
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
УК-1, УК-2, ОПК-2)**

1. Особенности менеджмента в современной России.
2. Представители школы научного управления.
3. Представители школы административного управления.
4. Представители школы человеческих отношений.
5. Профессиональные и личные качества работника, определяющие его поведение в организации.
6. Экономико-правовые формы организации.
7. Модели организационной культуры организации.
8. Экономические, правовые, социальные и моральные основы власти.
9. Классификация стилей руководства организацией.
10. Эффективная организация делегирования полномочий.
11. Причины возникновения и распространения слухов и меры по их нейтрализации.
12. Значение управленческих решений и причины возникновения проблем в управлении.
13. Конфликты: уровни возникновения, виды, причины и способы их разрешения.
14. Содержательные теории мотивации.
15. Процессуальные теории мотивации.
16. Стратегия и процесс ее формирования.
17. Стратегическое управление в условиях кризиса.
18. Эффективность управления и ее показатели.
19. Отечественный и зарубежный опыт управления.
20. Основные этапы становления и развития маркетинга.
21. Развитие маркетинга в отдельных сферах экономической жизни.
22. Эволюция маркетинга на уровне фирм при переходе к рынку.
23. Маркетинг в современной России.
24. Маркетинговая среда организации (на примере конкретной организации).
25. Традиционные и современные организационные структуры службы маркетинга.
26. Особенности организации маркетинговой деятельности организации (на примере конкретной организации).

27. Товарная политика в России.
28. Цены в условиях конкуренции.
29. Цели, факторы и проблемы ценообразования.
30. Специфика и развитие средств распространения рекламы.
31. Особенности и тенденции современной рекламы в России.
32. Становление нового сбыта и торговли в России.

Критерии оценивания студента за подготовку презентации

Критерии/баллы	4	3	2 (требуется доработка)	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 используются.	Не соблюдается единый 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
---------------------------	--	---	--	--------------------------------

Максимальное количество баллов, которое студент может получить за презентацию - 4.

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.¹

БАЛЛЬНАЯ СТРУКТУРА ОЦЕНКИ

<i>Форма контроля</i>	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1-8 недели состоит из:	25
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Самостоятельных работ	15
1-я рубежная письменная контрольная работа	25
Текущая оценка студента в течение 10-15 недели состоит из:	25
• Выполнения заданий на практических занятиях	10
• Самостоятельных работ	15
2-я рубежная письменная контрольная работа	25

¹ Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, магистратуры и специалитета в СОГУ. (в последней редакции от 08.07.20 г. Пр.№ 173)

Итого	100
--------------	------------

Методика формирования результирующей оценки.²

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

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

От 0 до 25 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

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

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

От 0 до 25 баллов – тестирование в центре тестирования СОГУ;

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

Промежуточный контроль:

Для зачета:

За устный ответ на экзамене студент получает 0-50 баллов.

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов, автоматически получают «зачет».

Результирующая оценка складывается по соответствующей БРС формуле.

Шкала итоговой академической успеваемости студентов по дисциплине

Система оценок СОГУ		
Сумма баллов	Название	Числовой эквивалент
56 - 100	зачет	зачет

Вопросы для подготовки к зачету (для формирования компетенций УК-1, УК-2, ОПК-2)

1. Управленческие отношения и их свойства.
2. Сущность и эволюция менеджмента.
3. Особенности организаций и управления ими до 1900 года.
4. Школа научного управления.

² В соответствии с Положением о БРС оценивания обучающихся очной формы по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и специалитета в ФГБОУ ВО СОГУ (от 05.03.2018 г., пр.№ 47)

5. Административная (классическая) школа в менеджменте.
6. Школа человеческих отношений и ее развитие.
7. Основные подходы к управлению.
8. Влияние национально-исторических факторов на развитие менеджмента.
9. Особенности американского менеджмента.
10. Японский менеджмент.
11. Сравнительный анализ американского и японского менеджмента.
12. Концепция социального рыночного хозяйства.
13. «Шведский социализм».
14. Понятие и основные признаки организации.
15. Общая характеристика организации.
16. Внешняя среда организации.
17. Внутренняя среда организации.
18. Составляющие успеха организации.
19. Коммуникации и их виды.
20. Элементы процесса коммуникации.
21. Этапы процесса коммуникации.
22. Коммуникационные сети.
23. Проблемы в коммуникациях.
24. Решения в менеджменте.
25. Факторы, влияющие на процесс принятия решения.
26. Основные подходы к принятию решений.
27. Планирование как функция менеджмента.
28. Организация как функция менеджмента.
29. Мотивация как функция менеджмента.
30. Контроль в менеджменте.
31. Маркетинг и его роль в экономике.
32. Основные понятия маркетинга.
33. Управление маркетингом и управляющие по маркетингу.
34. Концепции управления маркетингом.
35. Цели системы маркетинга.
36. Основные принципы и методы маркетинга.
37. Этапы процесса управления маркетингом. Разработка комплекса маркетинга.
38. Система организации службы маркетинга.
39. Система маркетинговой информации.

40. Методы маркетинговых исследований.
41. Маркетинговая среда фирмы.
42. Микросреда фирмы.
43. Макросреда фирмы.
44. Потребительские рынки. Модель покупательского поведения.
45. Основные характеристики покупателей.
46. Процесс принятия решения о покупке.
47. Рынки предприятий. Поведение покупателей на рынке предприятий.
48. Факторы, оказывающие влияние на покупателя товаров промышленного назначения.
49. Методы разработки целевого рынка.
50. Сегментирование рынка и его разновидности.
51. Мероприятия целевого маркетинга.
52. Варианты охвата рынка маркетинговыми мероприятиями.
53. Позиционирование товара на рынке.
54. Товар в маркетинге. Характеристики товара.
55. Маркетинговый подход к разработке новых товаров.
56. Этапы жизненного цикла товара.
57. Продвижение товаров и его виды.
58. Основные методы ценообразования.
59. Процесс управления ценами.
60. Методы распространения товаров.

Оценивание ответа студента на экзамене

<i>Характеристика ответа</i>	<i>баллы</i>
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	41-45

недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	
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 помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	36-40
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) Компетенции не	«Минимальный уровень» (56-70 баллов) Компетенции сформированы.	«Средний уровень» (71-85 баллов) Компетенции сформированы.	«Высокий уровень» (86-100 баллов) Компетенции

<p>сформированы.</p> <p>Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы.</p>	<p>Сформированы базовые структуры знаний.</p> <p>Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер.</p> <p>Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p>	<p>Знания обширные, системные.</p> <p>Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий.</p> <p>Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p>	<p>сформированы.</p> <p>Знания твердые, аргументированные, всесторонние.</p> <p>Умения успешно применяются к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий.</p> <p>Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка</p>
Описание критериев оценивания			
<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <p>- существенные пробелы в знаниях учебного материала;</p> <p>- допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и</p>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <p>- знания теоретического материала;</p> <p>- неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов;</p> <p>- неуверенные и неточные ответы на</p>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <p>- знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала;</p> <p>- твердые знания теоретического материала.</p> <p>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия,</p>	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <p>- глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала;</p> <p>- полное</p>

<p>категорий;</p> <p>- непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета;</p> <p>- отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины;</p> <p>- отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.</p>	<p>дополнительные вопросы;</p> <p>- недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины;</p> <p>- умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить.</p>	<p>проблемы и тенденции развития;</p> <p>- правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы;</p> <p>- умение решать практические задания, которые следует выполнить;</p> <p>- владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины;</p> <p>- наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам.</p> <p>Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на</p>	<p>понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий;</p> <p>- способность устанавливать и объяснять связь практики и теории;</p> <p>- логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора;</p> <p>- умение решать практические задания;</p> <p>- свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендован</p>
--	--	--	---

			ной основной и дополнительн ой литературы.
Оценка «неудовлетво рительно» /не зачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценк а «отлично» / «зачтено»

Примеры тестовых заданий (УК-1, УК-2, ОПК-2)

Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь цели организации.

регулирование;

координации;

+управление.

Отношения, возникающие по поводу управления.

+управленческие;

социальные;

экономические.

Основные группы свойств отношений управления.

общие;

конкретно-прикладные;

+верно и то, и другое.

Менеджмент обычно рассматривают в качестве.

науки и практики управления;

организации управления фирмой;

процесса принятия управленческих решений;

+верны все варианты.

Разновидность менеджмента, связанная с выбором перспективных целей развития организации и закреплением их в долгосрочных планах.

+стратегический;

инновационный;

административный;

экологический;

менеджмент персонала;

производственный менеджмент;

финансовый менеджмент.

Разновидность менеджмента, связанная с распределением заданий между исполнителями и контролем за их выполнением.

стратегический;

инновационный;

+административный;

экологический;

менеджмент персонала;

производственный менеджмент;

финансовый менеджмент.

Разновидность менеджмента, связанная с управлением производством.

стратегический;

инновационный;

административный;

экологический;

менеджмент персонала;

+производственный менеджмент;

финансовый менеджмент.

Разновидность менеджмента, связанная с управлением человеческими ресурсами.

стратегический;

инновационный;
административный;
экологический;
+менеджмент персонала;
производственный менеджмент;
финансовый менеджмент.

Разновидность менеджмента, связанная с управлением разработкой и внедрением инноваций.

стратегический;
+инновационный;
административный;
экологический;
менеджмент персонала;
производственный менеджмент;
финансовый менеджмент.

Разновидность менеджмента, связанная с организацией предупреждения и устранения вредных воздействий производства на окружающую среду.

стратегический;
инновационный;
административный;
+экологический;
менеджмент персонала;
производственный менеджмент;
финансовый менеджмент.

Разновидность менеджмента, связанная с управлением финансовыми ресурсами организации.

стратегический;
инновационный;
административный;

экологический;
менеджмент персонала;
производственный менеджмент;
+финансовый менеджмент.

Ниже приведены основные этапы развития управления. Выделите этап, на котором произошло формирование менеджмента как профессионального вида управленческой деятельности.

светско-административная революция;
+зарождение профессионального управления;
религиозно-коммерческая революция;
производственно-строительная революция;
бюрократическая революция.

Ниже приведены основные этапы развития управления. Выделите этап, на котором произошло зарождение управления.

светско-административная революция;
зарождение профессионального управления;
+религиозно-коммерческая революция;
производственно-строительная революция;
бюрократическая революция.

Ниже приведены основные этапы развития управления. Выделите этап, теоретической базой которого стала концепция рациональной бюрократии, разработанная Максом Вебером.

светско-административная революция;
зарождение профессионального управления;
религиозно-коммерческая революция;
производственно-строительная революция;
+бюрократическая революция.

На каком этапе развития находится современный менеджмент?

технократический;

рыночный;

+социальный.

Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для формулирования и достижения целей организации – это.

политика;

+управление;

координация.

Конкретное конечное состояние или желаемый результат, которого хотела бы добиться группа, работая сообща – это.

+цель;

технология управления;

система.

Единство, состоящее из взаимосвязанных частей, каждая из которых привносит что-то конкретное в уникальные характеристики целого – это.

объект управления;

процесс управления;

+система.

Процесс целенаправленного воздействия субъекта управления на объект управления с целью обеспечения его эффективного функционирования и развития это.

+управление;

координация;

регулирование.

Экономические условия, потребители, правительственные органы, общественные взгляды, конкуренция и др. составляющие это элементы.

внутренней среды организации;

+внешней среды организации;

неверно ни то, ни другое.

Цели, задачи, структура, технологии и персонал – это элементы:

+внутренней среды организации;

внешней среды организации;

ниверно ни то, ни другое.

В японской практике горизонтальное перемещение по службе – это.

повышение квалификации персонала;

планирование персонала;

+ротация персонала.

Укажите первоначальный этап жизненного цикла организации.

старение;

обновление;

юность;

+детство;

зрелость.

Школа научного управления начинается с теории.

+Ф. Тейлора;

А. Файоля;

Г. Форда.

Какие новые управленческие положения разработал А. Файоль?

рассмотрел основные теории мотивации;

+разработал 14 принципов управления;

сформулировал основные условия достижения максимальной эффективности производства.

В истории западного менеджмента школа человеческих отношений ассоциируется.

с управлением производством продукции;

с разработкой принципов эффективного управления организацией;
+с экспериментами.

Какой из нижеперечисленных принципов управления производством сформулирован Г. Эмерсоном в книге «Двенадцать принципов производительности»?

Разделение труда;
Скалярная цепь;
+Диспетчеризация работы.

В чем состоит сущностная особенность американского менеджмента?

+в индивидуализме;
в коллективизме;
в сочетании принципов индивидуализма и коллективизма.

В чем состоит сущностная особенность японского менеджмента?

в индивидуализме;
+в коллективизме;
в сочетании принципов индивидуализма и коллективизма.

Планы составляются на более длительный период.

на фирмах США;
+на фирмах Японии.

В какой из стран роль государства в экономике значительней?

США;
+Япония.

На фирмах какой страны функционирует система «пожизненного найма»?

США;
+Япония;
Россия.

Для фирм какой из стран характерна система «продвижения по горизонтали» посредством ротации персонала?

США;

+Япония;

Россия.

Ускоренное продвижение по службе характерно для работающих:

+на фирмах США;

на фирмах Японии;

верно и то, и другое.

Система контроля качества продукции по результатам производства характерна:

+для фирм США;

для фирм Японии;

для фирм обеих стран.

Система контроля качества продукции, основанная на постоянном контроле процесса производства всеми работниками, характерна.

для фирм США;

+для фирм Японии;

для фирм обеих стран.

Культура поведения, основанная на индивидуализме, характерна.

+для фирм США;

для фирм Японии;

верно и то, и другое.

Коллективистская культура поведения характерна.

для фирм США;

+для фирм Японии;

верно и то, и другое.

Механизм единоличного принятия решений и индивидуальная ответственность характерны для руководителей фирм

+США;

Японии;

верно и то, и другое.

Механизм коллективного принятия решений и коллективная ответственность характерны для руководителей фирм

США;

+Японии;

верно и то, и другое.

На чем основаны модели социального рыночного хозяйства и шведского социализма?

на сильном социальном государстве;

на введении индикативного планирования;

+верно и то, и другое.

Каковы основные приоритеты социального государства?

предоставление трудоспособным гражданам возможности зарабатывать средства любыми, не противоречащими закону способами;

предоставление нетрудоспособным гражданам возможности существовать достойно;

+верно и то, и другое.

Научная школа исходит из следующего постулата «Залог успеха организации...»:

работа менеджера;

+организация труда рабочего;

отношения между руководителем и рабочими;

все вышеперечисленное.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Баландина О.В. Основы менеджмента: учебное пособие для студентов среднего профессионального образования: / О.В. Баландина, Н.В. Локтюхина, С.А. Шапиро. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 253 с.: табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574371>
2. Воронин А.Ю. Основы менеджмента: учебное пособие: / А.Ю. Воронин, О.В. Сересева, Л.И. Чурина; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 119 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575299>
3. Калужский М.Л. Маркетинг: учебник: / М.Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991>
4. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450381>
5. Менеджмент: учебник для вузов / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03372-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450343>
6. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: учебное пособие: / Ю.В. Морозов. – 8-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 148 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573185>
7. Одинцов А. А. Основы менеджмента: учебное пособие для вузов / А. А. Одинцов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 210 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04814-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453045>
8. Пичурин И.И. Основы маркетинга: Теория и практика / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. – Москва: Юнити, 2015. – 383 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637>
9. Синяева И. М. Маркетинг: учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство

Юрайт, 2019. — 495 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02621-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/431801>

10. Экономика и управление на предприятии: учебник / А.П. Агарков, Р.С. Голов, В.Ю. Теплышев, Е.А. Ерохина; под общ. ред. А.П. Агаркова. — Москва: Дашков и К°, 2020. — 400 с.: ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573188>

б) дополнительная литература

1. Грозова О.С. Общий менеджмент: учебное пособие / О.С. Грозова; Поволжский государственный технологический университет. Поволжский государственный технологический университет, 2017. — 96 с. :ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=477379>
2. Дорофеева Л.И. Основы теории управления: учебник и практикум для среднего профессионального образования и бакалавриата: [16+] / Л.И. Дорофеева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. — 424 с.: ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570832>
3. Ким С.А. Теория управления: учебник / С.А. Ким. — Москва: Дашков и К°, 2019. — 240 с.: ил. — (Учебные издания для бакалавров). — Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573306>
4. Кузьмина Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 385 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9118-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450493>
5. Люханова С.В. Менеджмент организации: учебное пособие: [16+] / С.В. Люханова. — Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. — 332 с.: схем., табл., ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562200>

в) Интернет-ресурсы

Обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам (библиотека СОГУ):

- библиотеке e-library,
- электронной библиотеке диссертаций РГБ,
- университетской библиотеке online;

собственным библиографическим базам данных:

- электронному каталогу,
- электронной картотеке газетно-журнальных статей,
- электронной картотеке авторефератов диссертаций и диссертаций.

Рекомендуемые интернет-адреса по курсу «Менеджмент и маркетинг»:

1. Дорофеева Л.И. Менеджмент: конспект лекций.
https://www.bookol.ru/delovaya_literatura_main/upravlenie,_podbor_personala/165929/fulltext.htm
2. Зарецкий А.Д. Менеджмент: учебник /А.Д. Зарецкий, Т.Е. Иванова. — М.: КНОРУС, 2016. — 268 с. <https://static.my-shop.ru/product/pdf/208/2077715.pdf>
3. Козлова О.А. Основы маркетинга: Учебное пособие для бакалавров вузов. Нижневартовск: Изд-во Нижневарт. гос. ун-та, 2016. — 122 с.
<https://www.nvsu.ru/ru/Intellekt/1807/Kozlova%20O.A.%20Osnovi%20marketinga%20-%20uch.%20posobie%20-%202016.pdf>
<https://www.nvsu.ru/ru/Intellekt/1807/Kozlova%20O.A.%20Osnovi%20marketinga%20-%20uch.%20posobie%20-%202016.pdf>
4. Короткий С. В. Менеджмент. Учебное пособие.
https://fictionbook.ru/author/s_v_korotkiyi/menedjment_uchebnoe_posobie/read_online.html
5. Менеджмент: учебное пособие / Глазов М.М. и др. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – СПб.: Астерион, 2013. — 419 с.
http://elibrshu.ru/files_books/pdf/rid_60f738c6661a4e36bb95932fe5d02ef6.pdf
6. Минко И.С., Степанова А.А. Маркетинг: Учеб. пособие / Под ред. И.С. Минко: СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2013. 155 с. <https://books.ifmo.ru/file/pdf/1456.pdf>
7. Панкрухин, Александр Павлович. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4-е изд., стер. – М.: Омега. Л, 2006. — 656 с. <http://pankrukhin.ru/wordpress/wp-content/uploads/2015/01/pankrukhin-marketing.pdf>

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

1. Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://www.garant.ru/>).
2. Справочная правовая система КонсультантПлюс (<http://www.consultant.ru/>).

3. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – URL: <http://www.elibrary.ru>.
4. Издательство «Юрайт» [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://biblio-online.ru>.
5. Университетская библиотека online [Электронный ресурс]: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.biblioclub.ru>.
6. ЭБС"Консультант студента" ([https:// www.studmedlib.ru](https://www.studmedlib.ru)).
7. Статистическая база данных «Росстат» (<https://rosstat.gov.ru/>).

10. Материально-техническое оснащение дисциплины

Проведение занятий лекционного типа предполагается в учебной аудитории № 317 (учебный корпус физико-технического факультета), в которой имеются: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска; учебно-наглядные пособия; мультимедийный комплекс (проектор, экран); ноутбук; колонки.

Проведение занятий семинарского типа предполагается в учебных аудиториях №317 и № 314 (учебный корпус физико-технического факультета), в которых имеются: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки. Эти же аудитории используются для выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля успеваемости.

Проведении рубежного тестирования предполагается в компьютерном классе № 208 (учебный корпус физико-технического), в котором имеются: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПК для обучающихся.

Студенты, имеют доступ к учебным и научным фондам библиотеки СОГУ, а также к электронным библиотечным ресурсам. Читальный зал библиотеки оснащен столами, стульями, ПК для обучающихся.

Состав лицензионного и свободно распространяемого программного

обеспечения, в том числе отечественного производства

№ п/п	Наименование	№ договора (лицензия)
	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MP SA) от 04.2016 г.
	Windows 8.1 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MP SA) от 04.2016г
	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MP SA) от 04.2016 г.

	Office Standard 2010	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016г
	Антивирусное программное обеспечение KasperksyTotalSecurity	№17Е0-180222-130819-587-185 от 26.02.2018 до 14.03.2019 г.
	Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»	Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015 г. (бессрочно)
	Система тестирования Sunrav WEB Class	№468 от 03.12.2013 ИП Сунгатулин Р.Т.(бессрочно)
	КонсультантПлюс	№430-2017/614 от11.01.2017 г. ООО «Фаст-Информ» (бессрочно)
	Гарант	№05/18 от 01.02.2018 г. действителен до 31.12.2018 г., ООО Регион-15
	Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»	№676 от 27.12.2017, действителен до 31.12.2018, №795 от 26.12.2018, действителен до 31.12.2019 с ЗАО «Анти-Плагиат»

11. Лист обновления/актуализации

1. Программа актуализирована (2021-2022 учебный год).

Внесены изменения в соответствии с Приказом Минобрнауки России «О внесении изменений в федеральные государственные стандарты высшего образования от 26 ноября 2020г. № 1436, (зарегистрирован 27 мая 2021г.) вступающим в силу с 1 сентября 2021г.