

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

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР

А.М. Дигурова
«20» 02 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Менеджмент и маркетинг в дизайне»

Направление подготовки

54.03.01 Дизайн

Профиль «Дизайн костюма»

Квалификация (степень) выпускника - бакалавр

Форма обучения – очная

Владикавказ 2020

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 54.03.01 Дизайн, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 г. № 1004, учебным планом подготовки бакалавров по 54.03.01 Дизайн, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «СОГУ» от 30.04.2020 г. протокол № 9.

Составитель: доцент кафедры дизайна, конструирования изделий легкой промышленности, к.п.н. Хаблиева Ю.Б.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена на заседании кафедры дизайна, конструирования изделий лёгкой промышленности (протокол № 7 от 19.06.2020 г.)

Зав. кафедрой  3.3. Хохлова

Одобрена советом физико-технического факультета (протокол № 6 от 27.06.2020 г.)

Председатель совета факультета  И.В. Тваури

1. Структура и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Курс	4	
Семестр	7	
Лекции	18	
Практические (семинарские) занятия	18	
Лабораторные занятия		
Консультации		
Итого аудиторных занятий	36	
Самостоятельная работа	72	
Курсовая работа		
Форма контроля		
экзамен		
Зачет	36	
Общее количество часов	144	

2. Цели освоения дисциплины:

Целью курса «Менеджмент и маркетинг в дизайне» в соответствии с Профессиональными стандартами:

21.002 Дизайнер детской одежды и обуви;

40.059 Промышленный дизайнер (эргономист)

является формирование у студентов необходимых управленческих компетенций, дающих понимание бизнес процессов происходящих в сфере дизайна одежды. Для достижения данных целей студенты ознакомятся с методиками менеджмента в области управления организации и бизнес-планировании, связанном с профессиональной сферой обучения, а в области маркетинга – основными направлениями обучения станут прогностика предлагаемого ассортимента товаров и услуг на рынке.

Сопоставление профессиональных задач ФГОС и трудовых функций ПС для научно-исследовательской и проектной (дизайнерской) видам деятельности

Требования ФГОС ВО	Требования ПС	
Профессиональные задачи:	Обобщенные трудовые функции (ОТФ)	Трудовые функции (ТФ)
Научно-исследовательская деятельность		
Изучение научно-технической информации, отечественного и зарубежного опыта по тематике исследований	Проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок по отдельным разделам темы	Участие в проведении работ по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследований

Проведение вычислительных экспериментов с использованием стандартных программных средств, позволяющих прогнозировать свойства изделий из различных материалов	Проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок по отдельным разделам темы	Участие в выполнении экспериментов и оформлении результатов исследований и разработок
Участие в проведении исследований свойств различных материалов и изделий легкой промышленности по заданной методике	Выполнение отдельных работ при проведении научных исследований	Выполнение простых и средней сложности работ при проведении антропометрических и других исследований, касающихся эргономичности продукции
		Выполнение сложных работ при проведении антропометрических и других исследований, касающихся эргономичности продукции
Анализ, синтез и оптимизация процессов обеспечения качества выпускаемой продукции и сертификации с применением информационных технологий и технических средств	Осуществление работ по управлению качеством процессов производства продукции и оказания услуг	Анализ причин, вызывающих снижение качества продукции (работ, услуг), разработка планов мероприятий по их устранению
	Осуществление работ по подтверждению соответствия продукции (услуг) и системы управления качеством	Выполнение мероприятий по результатам государственного надзора, межведомственного и ведомственного контроля внедрения и соблюдения стандартов и технических условий по качеству продукции, подготовке продукции (услуг) к подтверждению соответствия и аттестации
Проектная (дизайнерская) деятельность		
Определение текущих и конечных целей проекта, нахождение оптимальных технических и дизайнерских способов их достижения и решения	Проведение предпроектных дизайнерских исследований по значимым для заказчика и потребителей параметрам	Изучение производственных и экономических требований, предъявляемых к дизайну детской одежды и обуви для реализации проекта заказчика
		Оформление результатов исследований и формирование предложений о направлениях работ по созданию моделей/коллекций детской одежды и обуви
Сбор и анализ информационных исходных данных для проектирования изделий легкой промышленности	Проведение предпроектных дизайнерских исследований по значимым для заказчика и потребителей параметрам	Исследование нужд, пожеланий и предпочтений потребителей (детей и родителей), предъявляемых к дизайну детской одежды и обуви
		Анализ и прогнозирование дизайн-трендов детской одежды и обуви

Проведение технико-экономического обоснования проектов; расчет и проектирование деталей, изделий и технологических процессов легкой промышленности в соответствии с техническим заданием	Выполнение отдельных работ при проведении научных исследований	Выполнение сложных работ при проведении антропометрических и других исследований, касающихся эргономичности продукции
Разработка дизайн-проектов изделий легкой промышленности с учетом утилитарно-технических, художественно-эстетических, экономических параметров	Выполнение отдельных работ при проведении научных исследований	Выполнение сложных работ при проведении антропометрических и других исследований, касающихся эргономичности продукции
	Создание моделей/коллекций детской одежды и обуви	Изготовление и апробация экспериментальных моделей (опытных образцов) детской одежды и обуви
Разработка проектной, рабочей технической документации и оформление законченных проектно-конструкторских работ	Определение и разработка эргономических требований к продукции	Подбор нормативных документов, содержащих требования к разрабатываемой продукции, подбор результатов антропометрических и социологических исследований, содержащих требования к разрабатываемой продукции
Контроль соответствия разрабатываемых проектов и технической документации стандартам, техническим условиям и другим нормативным документам	Контроль реализации эргономических требований к продукции	Контроль реализации эргономических требований при проектировании, изготовлении, испытаниях и доводке опытных образцов изделий и подготовке технической документации для серийного (массового) производства, внесение в нее необходимых изменений

3. Место дисциплины в структуре бакалавриата

Дисциплина Б1.В.04 Менеджмент и маркетинг в дизайне относится к Вариативной части ОПОП.

Менеджмент и маркетинг в дизайне – дисциплина, формирующая умения анализировать тенденции и направления в моде, вовремя сменить тактику и скорректировать стратегию компании, способность предугадывать предпочтения клиентов в будущем сезоне, требует хорошей базы о моде и стиле, истории моды и модных домов, которая базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении дисциплин «История костюма и моды», «Основы экономической деятельности предприятий лёгкой промышленности, менеджмент и маркетинг», «Имидж-технологии», «Управление персоналом».

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции	Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
21.002 Дизайнер детской одежды и обуви				
Выполнение работ по созданию дизайна моделей/коллекций детской одежды и обуви	Выполнение работ по проведению предпроектных дизайнерских исследований	Подбор отчетов о дизайнерских, маркетинговых, социальных и научных исследованиях о рынке индустрии детской одежды и обуви	Выбирать и систематизировать информацию по теме проектного задания	Источники и современные технологии сбора информации для дизайнерских исследований
		Мониторинг существующих аналогов моделей/коллекций и лучших мировых образцов дизайна детской одежды и обуви	Визуализировать идею в художественно-графическом виде	Основные приемы и методы художественно-графических работ
		Визуализация идей, подготовка презентационных материалов дизайнера вручную или с помощью систем автоматизированного проектирования (САПР)	Редактировать отчетную документацию	Категориально-понятийный аппарат дизайнерской деятельности
		Оформление отчетов и презентационных материалов о дизайнерских исследованиях		Требования, предъявляемые к разработке и оформлению эскизов, презентаций и отчетной документации
Проведение предпроектных дизайнерских исследований по значимым для заказчика и потребителей параметрам	Исследование нужд, пожеланий и предпочтений потребителей (детей и родителей), предъявляемых к дизайну детской одежды и обуви	Определение половых и возрастных групп, для которых будет предназначаться новая детская одежда и обувь	Работать с детской и родительской аудиторией, а также психологами, педагогами, социальными работниками и другими специалистами, регулярно взаимодействующими с детьми.	Методы проведения системно-комплексных дизайнерских исследований
		Определение климатических особенностей и смены времен года, а также культурных особенностей в географическом регионе размещения потенциальных потребителей с целью определения утилитарно-практических требований к детской одежде и обуви Изучение отчетов маркетинговых и социальных исследований потребителей детской одежды и обуви с целью анализа	Осуществлять процедуры сбора, сортировки, анализа, оценки и критического резюмирования больших объемов информации, используемой при принятии дизайнерских решений.	Технологии и средства сбора и обработки данных, необходимых для проведения дизайнерского исследования

		удовлетворенности потребителей рыночным ассортиментом детской одежды и обуви, потребительских расходов на покупку и эксплуатацию, а также нужд, пожеланий и предпочтений потребителей, предъявляемых к дизайну детской одежды и обуви		
		Изучение отчетов маркетинговых и социальных исследований потребителей детской одежды и обуви с целью анализа удовлетворенности потребителей рыночным ассортиментом детской одежды и обуви, потребительских расходов на покупку и эксплуатацию, а также нужд, пожеланий и предпочтений потребителей, предъявляемых к дизайну детской одежды и обуви	Выявлять факторы внешней среды, влияющие на дизайн детской одежды и обуви.	Российские и международные требования безопасности к детской одежде и обуви, в том числе требования Всемирной торговой организации (ВТО) и других международных торговых союзов и объединений
		Отслеживание изменений законодательной и нормативной базы, касающихся санитарно-эпидемиологических и гигиенических требований к детской одежде и обуви	Работать с нормативными документами и законодательными актами, исследованиями различного характера, содержащими требования и рекомендации по детской одежде и обуви.	Современные рекомендации педиатров, психологов, физиологов, педагогов о безопасности, функциональности, гигиеничности и эстетичности детской одежды и обуви
Создание моделей/коллекций детской одежды и обуви	Конструирование безопасных, удобных, функциональных, практических и эстетичных моделей/коллекций детской одежды и обуви	Разработка конструкции модели детской одежды и обуви, способствующей правильному физиологическому и психологическому развитию детского организма: построение взаимного расположения и конфигурации частей (деталей) и целого (всего изделия)	Выбирать оптимальные конструктивные и композиционные решения для создания безопасной, удобной, функциональной, практичной и эстетичной детской одежды и обуви	Принципы, подходы и средства системного дизайн-проектирования типовых и эксклюзивных моделей детской одежды и обуви, способствующих правильному физиологическому и психологическому развитию детского организма
		Перевод художественных эскизов в технические эскизы, содержащие четкую прорисовку модельных особенностей, с сохранением морфологических характеристик	Создавать, проектировать и манипулировать шаблонами конструирования детской одежды и обуви	Анатомо-физиологические, антропометрические и биомеханические основы проектирования детской одежды и обуви
		Анализ конструкции на соответствие требованиям безопасности, детской возрастной физиологии и психологии,	Соединять в целостной структуре и гармоничной форме все необходимые	Эргономические и санитарно-гигиенические свойства детской одежды и обуви

		гигиены детей, функциональности и эстетики	свойства и требования, предъявляемые к проектируемой модели /коллекции детской одежды и обуви	Российские и международные требования безопасности к детской одежде и обуви, в том числе требования ВТО и других международных торговых союзов и объединений
40.059 Промышленный дизайнер (эргономист)				
Выполнение отдельных работ при проведении научных исследований	Выполнение простых и средней сложности работ при проведении антропометрических и других исследований, касающихся эргономичности продукции	Участие в сборе и обработке материалов в процессе исследований в соответствии с утвержденной программой работы	Проводить измерения, испытания, анализы и другие виды исследований	Нормативные и справочные материалы, касающиеся тематики работы
		Обработка, систематизация и оформление в соответствии с методическими документами результатов анализов, испытаний, измерений, ведение их учета	Выполнять технические расчеты, вычислительные и графические работы	Методы проведения измерений, испытаний, анализов и других видов исследований
	Выполнение сложных работ при проведении антропометрических и других исследований, касающихся эргономичности продукции	Выбор данных из литературных источников, реферативных и информационных изданий, нормативно-технической документации в соответствии с установленным заданием	Работать с вычислительной техникой	Действующие стандарты и технические условия на разрабатываемую техническую документацию, порядок ее оформления
		Вычислительные и графические работы, связанные с проводимыми исследованиями и экспериментами		Основы экономики, организации труда и производства
		Участие в составлении и оформлении технической документации по выполненным работам		Трудовое законодательство Российской Федерации
Проведение научно-исследовательских работ по эргономике продукции	Разработка методики проведения социологических исследований, касающихся эргономических параметров продукции	Изучение технического задания на проектирование изделия	Организовывать и планировать работу с информацией	

	Анализ и обобщение результатов научных исследований, оценка полученной информации	Выявление проблем проектирования продукции, связанных с ее эргономичностью, для решения которых необходимы социологические исследования	Работать с коллективом	
Руководство подразделениям и, занимающимися вопросами промышленного дизайна и эргономики продукции	Руководство научно-исследовательскими работами по эргономике продукции	Разработка алгоритма, формирование необходимых критериев, разработка методики социологических исследований по эргономике продукции	Разрабатывать методики, планы, методические программы	Технология производства, структура организации, его профиль, специализация, перспективы развития
		Разработка планов и методических программ проведения социологических исследований	Планировать и организовывать исследования и разработки	Безопасность жизнедеятельности
		Составление практических рекомендаций по использованию результатов социологических исследований	Обобщать, анализировать большие объемы сложной научно-технической, социологической и другой информации	Промышленная безопасность
		Организация сбора и изучения научно-технической информации; анализ и теоретическое обобщение научных данных	Разрабатывать научно-методическую документацию	Разделы социологии, методы социологических исследований
		Обоснование направлений новых исследований и разработок, методов их выполнения, внесение предложений для включения их в планы научно-исследовательских работ	Использовать новые информационные технологии	Цели и задачи проводимых исследований и разработок, отечественная и зарубежная информация по этим исследованиям и разработкам
		Руководство группой работников при исследовании самостоятельных тем, а также разработок, являющихся частью (разделом, этапом) темы, проведение научных исследований и разработок в качестве исполнителя наиболее сложных и ответственных работ		Требования законодательных и нормативных правовых актов, научные проблемы соответствующей области знаний, науки и техники, направления развития отрасли экономики, руководящие материалы вышестоящих органов, отечественные и зарубежные достижения по этим вопросам; установленный порядок организации, планирования и финансирования, проведения и внедрения научных исследований и разработок
		Обеспечение практического применения		Новейшие методы, средства и

		результатов работы подразделений, авторский надзор и оказание помощи при их внедрении		практика планирования, организации, проведения и внедрения научных исследований и разработок (оценки, патентно-информационного обеспечения, выпуска научно-технической документации)
				Научные проблемы по тематике проводимых исследований и разработок, отечественная и зарубежная информация по этим вопросам
				Требования нормативных актов, касающихся направления развития соответствующей отрасли экономики, науки и техники по тематике проводимых разработок

Результаты освоения ОП ВО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ОП ВО выпускник должен обладать следующими компетенциями: ОК -3; ПК-2: ПК-4

общекультурными компетенциями:

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

профессиональными компетенциями:

художественная деятельность:

способностью обосновать свои предложения при разработке проектной идеи, основанной на концептуальном, творческом подходе к решению дизайнерской задачи (ПК-2);

проектная деятельность:

способностью анализировать и определять требования к дизайн-проекту и синтезировать набор возможных решений задачи или подходов к выполнению дизайн-проекта (ПК-4).

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

знать:

–сущность, функции, роль менеджмента и маркетинга в профессиональной деятельности, методы менеджмента и маркетинга с учетом специфики рынка декоративно-прикладного искусства и дизайна;

–что такое менеджмент, что является объектом и субъектом менеджмента, кто такой менеджер в современном понимании, составляющие внешней и внутренней среды организации, методики анализа среды, функции менеджмента и связующие процессы;

что такое обмен и сделка, товар и его свойства, рынок и его разновидности, принципы сегментирования рынка, позиционирования товара на рынке;

уметь:

–видеть значимые тенденции на рынке декоративно-прикладного искусства и дизайна; анализировать состояние и развитие спроса на продукты декоративно-прикладного искусства и дизайна; использовать маркетинговый анализ к процессу

–управлять материальными ресурсами, трудовым коллективом, выстраивать взаимоотношения во внешней и внутренней среде организации, разрабатывать комплексы маркетинга и претворять в жизнь маркетинговые мероприятия;

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Введение в специальность
- Основы производственного мастерства
- Социология
- Экономика

иметь практический опыт и владеть:

–первичными навыками сбора и анализа маркетинговой информации, методами сбора, обработки и анализа маркетинговой информации;

–навыками к адаптации дизайнерских продуктов к запросам рынка, методами анализа предлагаемых на рынке подходов к процессу подготовки специалистов на профессиональном рынке; Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и

компетенциями: знать основы работы на компьютере; знать специфику процесса проектирования; уметь работать с научной и учебной литературой; уметь вести аналитическую деятельность.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Основы теории и методологии дизайна
- Построение бренда в индустрии моды
- Методы прогнозирования в области моды.

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, 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

0	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия			Самостоятельная работа студентов			Формы контроля	Количество баллов		Литература
		л	пр	ЭО и ДОТ	Содержание	Часы	ЭО и ДОТ		mi n	max	
1	Основные понятия менеджмента и основные этапы его развития.	2		2	Подготовка к практическому занятию	4	2	Конспект, вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
2	Понятия, признаки, общие характеристики организации		2		Оформление и защита отчета	2	2	Вопросы в рубежной контрольной работе	0	2	
3	Практики и теории управления.	2		2	Подготовка к практическому занятию	4	2	Конспект, вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
4	Построение организационной структуры предприятия, компании		2	2	Оформление и защита отчета	2		Вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
5	Сущность и основные функции управления в сфере проектирования изделий и дизайна	2			Стратегия бренда и управление лояльностью	4	4	Конспект, вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
6	Сегментирование рынка		2	2	Подготовка к практическому занятию	2	2	Вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
7	Продвижение нового продукта на рынке товаров (услуг)		2	2	Оформление и защита отчета	2		Конспект, вопросы в рубежной контрольной работе	0	2	
8	Маркетинг, как инструмент развития предприятия	2		2	Интегрированная система продвижения продукта	6	4	Вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
9	Методы управления, их отраслевая специфика		2	2	Подготовка к практическому занятию	6	2	Конспект, вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
10	Понятия рынка и товара	2		2	Рыночное позиционирование	4	2	Вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
11	Планирование ассортимента цветомоделей (Design); моделей (Style).		2		Подготовка к практическому занятию	4	2	Конспект, вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	

12	Методы маркетинговых исследований, обработки и анализа данных	2		2	Современные модели маркетинга	6	4	Вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
13	Маркетинговое планирование		2	2	Подготовка к практическому занятию	4	2	Конспект, вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
14	Политика фирмы	2			Подготовка к практическому занятию	4	2	Вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
15	Управление брэндом		2		Анализ возможностей для компании	6	2	Конспект, вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
16	Анализ и оценка факторов рынка	2		2	Оформление и подготовка к защите практических работ	4	2	Вопросы в рубежной контрольной работе	0	2	
17	Сегментирование рынка и формирование ниши для нового продукта		2		Подготовка к практическому занятию	4	2	Конспект, вопросы в рубежной контрольной работе	0	3	
18	Создание и развитие инновационного технологического продукта	2			Развитие инновационного технологического продукта	4		Вопросы в рубежной контрольной работе	0	2	
	ИТОГО	18	18	22		72	36		0	50	

6. Образовательные технологии

Активные формы обучения.

- *лекция-беседа* - непосредственный контакт преподавателя с аудиторией - диалог. По ходу лекции преподаватель задает вопросы для выяснения мнений и уровня осведомленности студентов по рассматриваемой проблеме;
- *лекция-дискуссия* - свободный обмен мнениями в ходе изложения лекционного материала. Преподаватель активизирует участие в обсуждении отдельными вопросами, сопоставляет между собой различные мнения и тем самым развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло;
- *лекция с применением обратной связи* включает в себе то, что в начале и конце каждого раздела лекции задаются вопросы. Первый - для того, чтобы узнать, насколько студенты ориентируются в излагаемом материале, вопрос в конце раздела предназначен для выяснения степени усвоения только что изложенного материала. При неудовлетворительных результатах контрольного опроса преподаватель возвращается к уже прочитанному разделу, изменив при этом методику подачи материала;
- *проблемная лекция* опирается на логику последовательно моделируемых проблемных ситуаций путем постановки проблемных вопросов или предъявления проблемных задач. Проблемный вопрос - это диалектическое противоречие, требующее для своего решения размышления, сравнения, поиска, приобретения и применения новых знаний. Проблемная задача содержит дополнительную вводную информацию и при необходимости некоторые ориентиры поиска ее решения;

Интерактивные формы обучения.

- *Обсуждение в группах.* Групповое обсуждение какого-либо вопроса направлено на нахождение истины или достижение лучшего взаимопонимания. Групповые обсуждения способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.
- *Дискуссия.* Как интерактивный метод обучения означает исследование или разбор. Учебной дискуссией называется целенаправленное, коллективное обсуждение конкретной проблемы, сопровождающееся обменом идеями, суждениями, мнениями в группе.
- *Проблемное обучение.* В условиях проблемного обучения происходит активное овладение личностью теми приемами, способами, которые наиболее характерны для любой творческой деятельности. Инновационные способы и методы, используемые в образовательном процессе основаны на использовании современных достижений науки и информационных технологий и направлены на повышение качества подготовки путем развития у студентов творческих способностей и самостоятельности (методы проблемного обучения, исследовательские методы, тренинговые формы, рейтинговые системы обучения и контроля знаний и др.).
- *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.
- *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 электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС) СОГУ.
- *Видеоконференция* интерактивного взаимодействия двух и более участников образовательного процесса для обмена информацией в реальном режиме времени. Используются интерактивные методы обучения: ситуационные задачи, исследовательский метод обучения, подготовка и публичная защита презентаций. Используются рейтинговая технология, технологии дистанционного обучения. Используются интерактивные методы обучения: ситуационные задачи.
- *Технология электронного обучения* (реализуется при помощи электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС) СОГУ при использовании ресурсов ЭБС, при проведении

автоматизированного компьютерного тестирования и т. д.). Используются балльно-рейтинговая система оценки знаний, технологии с применением дистанционного обучения на платформе <http://lms.nosu.ru/>.

Примечания:

- Все виды учебной работы могут проводиться дистанционно на основе локальных нормативных актов СОГУ.

- 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;

-платформы дистанционного обучения Moodle;

-личный кабинет студента на портале СОГУ;

-других элементов ЭИОС СОГУ.

Менеджмент и маркетинг в дизайне – это практическая деятельность, которая направлена на формирование умений применять методы организации профессионального взаимодействия всех структур компании, обеспечение предприятия квалифицированным персоналом, способным качественно выполнять возложенные на него обязанности.

Темы практических занятий

№ п/п	Тема	Вид занятия	Количество часов	Форма контроля
1	практическое задание 1 Понятия, признаки, общие характеристики организации, построение организаций	Практическое	2	Презентация
2	практическое задание 2 Построение организационной структуры предприятия, компании	Практическое	4	Построение структуры
3	практическое задание 3 Сегментирование рынка	Практическое	2	Презентация
4	практическое задание 4 Продвижение нового продукта на рынке товаров (услуг)	Практическое	2	Составление анкеты
5	практическое задание 5 Методы управления, их отраслевая специфика	Практическое	2	Презентация
6	практическое задание 6 Планирование ассортимента цветомоделей (Design); моделей (Style).	Практическое	2	Составление схемы
7	практическое задание 7 Маркетинговое планирование	Практическое	2	Составление анкеты
8	практическое задание 8 Управление брэндом	Практическое	2	Презентация
9	практическое задание 9 Сегментирование рынка и формирование ниши для нового продукта	Практическое	2	Составление анкеты
	Итого		18	

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 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 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 и статистического материала для подготовки к семинарским занятиям;
- подготовки к зачету.

Самостоятельная работа студентов проводится в виде создания презентаций и выполнения домашних заданий (в том числе, разноуровневых заданий), подготовки конспектов по темам практических занятий. Студенты письменно выполняют задания для самостоятельной работы, пользуясь теоретическим материалом (лекции, учебная литература и интернет-ресурсы по данной теме), после чего проводится обсуждение данной темы под руководством преподавателя.

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение, а также учебная литература и методический материал по организации самостоятельной работы студентов отражены в Учебно-методической карте дисциплины в пунктах 5 и 6, а также на сайте дистанционного обучения СОГУ.

По каждой из тем для самостоятельного изучения, приведенных в рабочей программе, студентам следует сначала прочитать рекомендованную литературу и при необходимости составить краткий конспект основных положений, терминов, сведений, требующих запоминания и являющихся основополагающими в этой теме.

При подготовке заданий по самостоятельной работе студентам необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу.

Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы, проводить поиск в различных системах, таких как общие поисковые системы:

www.yandex.ru, www.google.ru, и др.

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

8.1. Формы работы студентов. Формы работы: консультации, практические занятия, рейтинговые компьютерные тестирования, самостоятельные работы, интерактивные занятия.

8.2. Виды контроля: текущий (на практических занятиях), промежуточный (модульное тестирование), итоговый (экзамен).

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 практических занятиях, а также короткие (до 10 мин.) опросы по пройденному материалу 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 окончании изучения материала модуля в заранее установленное время. Цель проведения рубежного контроля - определение качества усвоения учебного материала модуля в целом. В течение семестра проводится два таких контрольных мероприятия по графику.

Текущий и рубежный контроль осуществляется по балльно-рейтинговой системе.

В конце семестра проводится контрольное мероприятие: зачет.

8.3. Методика формирования результирующей оценки. Итоговая оценка складывается как средневзвешенная по результатам всех оцениваемых работ на протяжении семестра, куда входят посещение лекций и семинаров, ответы и дополнения на семинарах, контрольные работы (контрольные срезы по итогам модуля), дополнительные оценки по рефератам, семестровый экзамен.

Знания студентов оцениваются по 100-балльной системе:

За выполнение заданий текущего и промежуточного контроля студент может набрать максимально 50 баллов: по 25 баллов за каждый модуль (модуль включает в себя работу на практических занятиях и контрольную работу).

Форма проведения итогового зачета по дисциплине – устная. Результирующая оценка определяется в соответствии с Положением СОГУ о балльно-рейтинговой системе оценки знаний студентов.

Балльная структура оценки

Форма контроля	Мин. кол-во баллов	Макс. кол-во баллов
Текущая оценка студента в течение 1-8 недели состоит из: - выполнение практических заданий по темам занятий и самостоятельной работы (конспектов) -подготовка к практическим занятиям и ответы на вопросы по пройденным темам -выполнение индивидуального задания	0	25
1-я рубежная контрольная работа (компьютерное тестирование)	0	25
Текущая оценка студента в течение 10-17 недели состоит из: - выполнение практических заданий по темам занятий и самостоятельной работы (конспектов) -подготовка к практическим занятиям и ответы на вопросы по пройденным темам -выполнение индивидуального задания		
2-я рубежная контрольная работа (компьютерное тестирование)	0	25
итого	0	100

Примерные задания оценочных средств по дисциплине

Тематика и задания для практических занятий по дисциплине представлены в разделе 5 Рабочей программы.

Критерий оценки устного и письменного ответа на практическом занятии по дисциплине

Оценка	Характеристика ответа
5	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, ответ структурирован, даны правильные аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется высокий уровень участия в дискуссии.
4	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, полностью раскрыта в ответе тема, даны правильные, аргументированные ответы на уточняющие вопросы, но имеются неточности, при этом ответ неструктурирован и демонстрируется средний уровень участия в дискуссии.
3	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, демонстрируется низкий уровень участия в дискуссии, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.
2	Содержание ответа соответствует освещаемому вопросу, но при полном раскрытии темы имеются неточности, демонстрируется слабое владение категориальным аппаратом, даны правильные, но не аргументированные ответы на уточняющие вопросы, участие в дискуссии отсутствует, ответ неструктурирован, информация трудна для восприятия.

Вопросы к рубежной контрольной работе

1. Что такое менеджмент, маркетинг как вид деятельности и как наука в дизайне?
2. Кто такой Ф.У. Тейлор и какова его роль в развитии и становлении научного менеджмента?
3. Каковы особенности науки управления, предложенной основоположниками административной школы управления. Общее и отличное в классической и административной школах управления?
4. Как эволюционные процессы в бизнесе и обществе влияют на личность менеджера?
5. Какие требования предъявляются к менеджеру в современном понимании?
6. Что такое организация и каковы ее признаки?
7. Каковы составляющие внутренней среды организации?
8. Как раскрываются понятия «миссия организации», «цели организации», «задачи организации»?
9. Что подразумевается под горизонтальным и вертикальным разделением труда?
10. Как можно представить производственную структуру организации?
11. Как можно представить структуру управления организацией?
12. Каковы составляющие внешней среды организации прямого воздействия?
13. Каковы характеристики внешней среды?
14. В чем состоят функции планирования?
15. Какие бывают виды планов?
16. Что означает долгосрочное планирование и стратегическое планирование? В чем общее и отличное в этих видах планирования?
17. Как можно представить процесс стратегического планирования?
18. Как следует раскрыть понятие: «организация как функция менеджмента»?
19. Что такое мотивация, мотив, мотивационный процесс и его составляющие?
20. Какие теории мотивации выделяют и в чем их особенности?
21. Что такое контроль, и какие виды контроля на предприятии существуют?
22. Управленческие решения и модели принятия управленческих решений?
23. Какие виды коммуникационных барьеров выделяют?
24. Что представляет собой маркетинг как вид деятельности?
25. Какие понятия можно использовать для раскрытия содержания маркетинга?
26. Какие существуют концепции управления маркетингом?
27. Как теория маркетинга объясняет понятие «рынок»?
28. Какие бывают виды рынков?
29. Что означает сегмент рынка?
30. Какие признаки используются для сегментирования рынка?
31. Что означает сегментирование по демографическому признаку?
32. Что означает сегментирование по географическому признаку?
33. Как производится выбор целевых сегментов рынка?
34. Что такое товар и каковы его свойства?
35. Что такое позиционирование товаров на рынке?
36. Какие способы продвижения товаров известны в маркетинге?
37. Какую роль играет реклама в системе маркетинга?
38. Какие известны виды рекламы?
39. Какие виды ценовых стратегий используются на предприятии?
40. Какие требования предъявляются к рекламе?

Примерные тестовые задания

Вопрос 1

К каналам личной коммуникации можно отнести:

Варианты ответов

- общение одного лица с аудиторией
- прямую почтовую рекламу

- рекламу по телевидению
- печатную рекламу

Вопрос 2

Прямой маркетинг - это:

Варианты ответов

- устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем
- устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей
- продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения
- благожелательное представление товара в СМИ

Вопрос 3

К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?

Варианты ответов

- товары импульсной покупки
- товары особого спроса
- товары постоянного спроса
- товары предварительного выбора
- товары пассивного спроса

Вопрос 4

Затраты фирмы на рекламу составляют:

Варианты ответов

- 1 % от суммы продаж
- 2-10 % от суммы продаж
- 20 % от суммы продаж
- зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы

Вопрос 5

Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить:

Варианты ответов

- потребность в любви
- потребность в безопасности
- физиологические потребности
- потребность в саморазвитии

Вопрос 6

Что является главным в определении маркетинг:

Варианты ответов

- сбыт товара
- снижение издержек производства
- удовлетворение потребностей потребителей
- установление цены товара

Вопрос 7

Главное отличие пропаганды от рекламы в:

Варианты ответов

- ее платности
- ее личном характере
- ее общественном характере
- она не оплачивается

Вопрос 8

Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:

Варианты ответов

- пяти элементов
- шести элементов
- девяти элементов
- трех элементов

Вопрос 9

К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:

Варианты ответов

- географическому
- демографическому
- поведенческому
- психографическому

Вопрос 10

Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:

Варианты ответов

- реклама
- стимулирование сбыта
- обратная связь
- все перечисленные

Зачет по дисциплине

Зачет по дисциплине проводится в устной форме по билетам. Билет содержит два теоретических вопроса.

Вопросы к зачету:

1. Сущность, цели и задачи маркетинга.
2. Эволюция развития маркетинга. Концепции маркетинга.
3. Современные тенденции развития маркетинга.
4. Основные функции и принципы маркетинговой деятельности
5. Государственное регулирование маркетинговой деятельности.
6. Консюмеризм и инвайронментализм.
7. Основные категории маркетинга.
8. Основные факторы микросреды макросреды маркетинга. Анализ маркетинговой среды.
9. Понятие и сущность маркетинговой информационной системы.
10. Классификация маркетинговой информации и ее источников.
11. Виды маркетинговых информационных систем, их создание и оптимизация.
12. Современные компьютерные технологии в маркетинге. Internet в системе маркетинговой информации
13. Сущность маркетинговой системы. Основные свойства маркетинговой системы.
14. Изучение и анализ рынков, потребителей, спроса, конкурентов.
15. Виды спроса и типы маркетинга.
16. Сущность и механизм управления маркетингом.
17. Принципы управления маркетингом.
18. Бюджет маркетинга и методы его разработки.
19. Структура плана маркетинга.
20. Организационные структуры маркетинговых служб.
21. Контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности.

22. Определение маркетинговых исследований и основные требования, предъявляемые к ним.
23. Основные направления, методы и виды маркетинговых исследований.
24. Основные этапы маркетинговых исследований.
25. Структура отчета о проведенном маркетинговом исследовании.
26. Товар: основные понятия и определения. Классификация товаров.
27. Жизненный цикл товаров и его этапы.
28. Новые товары в системе маркетинга и этапы их разработки.
29. Сущность и понятие концепции продукта.
30. Мультиатрибутивные модели товара.
31. Ассортиментная политика организации.
32. Управление торговыми марками, упаковкой и маркировкой.
33. Модель поведения покупателей на потребительском рынке.
34. Социально психологическая характеристика поведения потребителей.
35. Факторы внутреннего и внешнего воздействия на поведение потребителей.
36. Сегментирование рынка. Основные критерии сегментации рынков товаров потребительского и производственного назначения.
37. Позиционирование товара на рынке.
38. Цена: понятие и основные виды. Основные принципы ценообразования.
39. Ценообразование на различных типах рынков.
40. Особенности ценообразования в маркетинге.
41. Основные этапы процесса ценообразования.
42. Основные методы ценообразования. Стратегии ценообразования.
43. Понятие и содержание процесса товародвижения.
44. Сущность каналов распределения: структура и организация.
45. Выбор каналов распределения и организация сбытовой сети.
46. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
47. Реклама: понятие, виды, классификация и задачи.
48. PR: понятие, виды, классификация и задачи.
49. Инструменты стимулирования сбыта.
50. Прямой маркетинг.
51. Сущность и специфика международного маркетинга.
52. Виды международного маркетинга и его внешняя среда.
53. Основные этапы развития международного маркетинга.

Примерный билет к зачету

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФБГОУ ВО «СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ КОСТА ЛЕВАНОВИЧА ХЕТАГУРОВА»
ФАКУЛЬТЕТ ФИЗИКО-ТЕХНИЧЕСКИЙ
КАФЕДРА ДИЗАЙНА, КОНСТРУИРОВАНИЯ ИЗДЕЛИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
Дисциплина: " Менеджмент и маркетинг в дизайне "
Направление подготовки 54.03.01. «Дизайн»
Курс 4 ДО.

Билет №1

1. Жизненный цикл товаров и его этапы
2. Вербальные средства общения

Заведующий кафедрой _____ Хохаева З.З.

Тематика рефератов

- Классификации брендов
- Концепция бренда
- Влияние потребителей на концепцию и развитие лидирующих брендов.
- Анализ ошибок в креативных технологиях и коммуникации при создании новых брендов.
- Роль брендинга в маркетинге.
- Современные технологии брендинга

Критерии формирования оценок при представлении реферата

- 1. Реферат соответствует предложенной теме, имеет вступление, основную часть и заключение – 3 б.
- 2. Тема раскрыта полностью, студент продемонстрировал способность анализировать разные точки зрения – 3 б.
- 3. Сообщение сделано с соблюдением норм современного русского литературного языка и с представлением презентации – 4 б.
- Максимальное количество баллов – 10.
- Оценочный лист реферата
- 8-10 Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме реферата, выполнена задача заинтересовать читателя; деление текста на введение, основную часть и заключение. В основной части: логично, связно и полно доказывается выдвинутый тезис; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части; для выражения своих мыслей не пользуется упрощенно-примитивным языком; демонстрирует полное понимание проблемы; представлена презентация к докладу; все требования, предъявляемые к заданию выполнены.
- 6-7 Во введении четко сформулирован тезис, соответствующий теме реферата, в известной мере выполнена задача заинтересовать читателя; в основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис; заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части; представлена презентация к докладу; для выражения своих мыслей студент не пользуется упрощенно-примитивным языком.
- 4-5 Во введении тезис сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме выступления; в основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно; заключение выводы не полностью соответствуют содержанию основной части; представлена презентация к докладу, но имеются грамматические ошибки; язык работы в целом не соответствует уровню IV курса.
- 2-3 Во введении тезис сформулирован нечетко или не вполне соответствует теме реферата; в основной части выдвинутый тезис доказывается недостаточно логично (убедительно) и последовательно; в заключении выводы не полностью соответствуют содержанию основной части; язык работы в целом не соответствует уровню IV курса.
- 1 - Во введении тезис отсутствует или не соответствует теме реферата; в основной части нет логичного последовательного раскрытия темы; выводы не вытекают из основной части; отсутствует деление текста на введение, основную часть и заключение; язык работы можно оценить как «примитивный».
- 0 - Работа написана не по теме; в работе один абзац и больше позаимствован из какого-либо источника.

Критерии оценки студента

<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	46-50

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.	
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 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

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

Студенты, получившие в ходе текущего и рубежного контроля 56-100 баллов, автоматически получают соответствующую экзаменационную оценку.

Результирующая оценка складывается по соответствующей формуле с учетом текущей успеваемости, результатов рубежных аттестаций и устного ответа на экзамене.

Шкала итоговой академической успеваемости студентов по дисциплине

Система оценок СОГУ		
Форма контроля	Сумма баллов	Название
зачет	56-100	зачтено
	0-55	не зачтено

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 типовых, так 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, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; -непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий; -отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; -отсутствие готовности (способности) 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 понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. -способность устанавливать объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы 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, присутствует неуверенность в ответах.	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, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания; - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы
Оценка «неудовлетворительно» /не зачтено	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено»	Оценка «хорошо» / «зачтено»	Оценка «отлично» / «зачтено»

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

1. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. Маркетинг: учебник и практикум для академического бакалавриата. - Юрайт, 2018.
2. Афоничкин, А. И. Основы менеджмента: учебник для академического бакалавриата. - Юрайт, 2018.
3. Тим Браун. Дизайн-мышление в бизнесе. – М.: Манн, Иванов и Фребер, 2012 г.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс. – СПб.: Питер, 2008
5. 2. Мексон М. Основы менеджмента. – М.: Вильямс, 2009.

Дополнительные источники:

1. Экстремальная Toyota. Парадоксы успеха японского менеджмента. Под редакцией К. Успенского – М.: Юрайт, 2012
2. Рэдмонд Надо. Живые бренды. Новый подход к созданию и продвижению брендов. – М.: Гребенников, 2009.
3. Нейтан Яу. Искусство визуализации в бизнесе. Как представить сложную информацию простыми образами. – М.: Манн, Иванов и Фребер, 2012 г.
4. Новицкий Н.И. Организация, планирование и управления производством. Учебное пособие (практикум). – М.: Издательство «КноРус», 2012.
5. Раздорозный А.А. Организация производства и управления предприятием. Учебное пособие. – М.: Издательство «Экзамен», 2012.
6. Управление персоналом организации. Практикум: Учеб. пособие/Под. ред. д.э.н., проф. А.Я. Кибанова. -2-е изд., перераб. и доп.-М.: ИНФРА-М, 2012.
7. Туровца О.Г. Организация производства и управления предприятием. Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2012.

Интернет-ресурсы:

www.biblio-online.ru/book/1B8F440D-0C47-4EA9-A91C-317E4E6FD7F1.
 www.biblio-online.ru/book/ACA1DFD7-E85F-4809-851F-207EBF9271F9
<http://ru.wikipedia.org>
<http://fcior.edu.ru>
<http://window.edu.ru>

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Ауд. № 18

Конференц-зал; преподавательский стол; стул; стол обучающихся; стулья; доска магнитно-перманентная; телевизор с подключением интернет; ноутбук; сетевое подключение; Windows 7 Professional; OfficeStandart 2013; Антивирусное обеспечение KasperskyTotalSecurity, демонстрационные и учебно-наглядные пособия (видеопрезентация).

Библиотека, в том числе читальный зал:

столы, стулья, ПК обучающихся, мультимедийный комплекс (проектор, экран); ПК преподавателя; колонки; Сетевое подключение; Windows 7 Professional; OfficeStandart 2013; Антивирусное обеспечение KasperskyTotalSecurity; демонстрационные и учебно-наглядные пособия (видеопрезентация), Электронная библиотека диссертации и авторефератов РГБ(ЭБД РГБ), ЭБС"Университетская библиотека ONLINE", ЭБС «Научная электронная библиотека eLibrary.ru», ЭБС «Консультант студента» Студенческая электронная библиотека по медицинскому и фармацевтическому образованию, а также по естественным и точным наукам в целом, ЭБС «Юрайт» - образовательная среда, включающая виртуальный читальный зал учебников и учебных пособий от авторов из ведущих вузов России по всем направлениям и специальностям.

Состав лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

№ п/п	Наименование	№ договора (лицензия)
1.	Windows 7 Professional	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
2.	Office Standard 2016	№ 4100072800 Microsoft Products (MPSA) от 04.2016 г.
3.	Антивирусное программное обеспечение KasperksyTotalSecurity	№17Е0-180222-130819-587-185 от 26.02. 2018 до 14.03.2019 г, продлено до 2021 г.
4.	Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»	Разработка СОГУ Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2015611829 от 06.02.2015 г. (бессрочно)

11. Лист обновления/актуализации