ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
_____
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «История (история России, всеобщая история)»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 5
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 7
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 9
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 12
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 20
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 22

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «История (история России, всеобщая история)» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки *38.03.06 Торговое дело*, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 № 963.

Изучение дисциплины «История (история России, всеобщая история)» ориентировано на формирование у обучающихся восприятия межкультурного разнообразия общества, на повышение уровня теоретико-исторического и социально-гуманитарного мышления, на оценку и осмысление социально-исторических процессов в контексте опыта российской и мировой истории.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на первом курсе в первом семестре.

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «История (история России, всеобщая история)» является формирование у обучающихся, опираясь на знания и умения социально-исторического характера, восприятия межкультурного разнообразия общества.

Задачи дисциплины:

- приобретение студентами знаний содержания различных культур, мировоззрения, поведения, моральных и религиозных принципов различных народов и социальных групп;
- приобретение студентами знаний основных закономерностей процессов формирования и эволюции государств, обществ, культур и конфессий, взаимоотношения власти и общества на различных этапах исторического развития;
- формирование у студентов умения давать объективную характеристику конкретным историческим периодам, фактам, явлениям, государствам, цивилизациям, культурам для понимания межкультурного разнообразия общества;
- получение студентами практического опыта анализа исторических фактов, оценки исторических событий и явлений, выявления исторических закономерностей с целью восприятия межкультурного разнообразия общества и конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей, навыками толерантного восприятия социальных и

культурных различий.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**УК-5**	**УК-5.3** Воспринимает межкультурное разнообразие общества, опираясь на знания и умения социально-исторического характера	знает содержание различных культур, мировоззрения, поведения, моральных и религиозных принципов различных народов и социальных групп; основные закономерности и процессов формирования и эволюции государств, обществ, культур и конфессий, взаимоотношения власти и общества на различных этапах исторического развития	умеет давать объективную характеристику конкретным историческим периодам, фактам, явлениям, государствам, цивилизациям, культурам для понимания межкультурного разнообразия общества; использовать полученные знания об исторических особенностях, национальных и культурных традициях различных	имеет практический опыт анализа исторических фактов, оценки исторических событий и явлений, выявления исторических закономерностей с целью восприятия межкультурного разнообразия общества и конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей, навыками толерантного восприятия социальных и культурных различий	Контактная работа: Лекции Семинары Самостоятельная работа

				народов и социальных групп при взаимодействии с представителями различных национальных и культурных групп в повседневной жизни и практической деятельности		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА/ балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. История как наука. Россия в мировом историческом процессе.	2									6	Эссе/9
Тема 2. От первобытности к Древнему миру: особенности исторического процесса на Древнем Востоке и в эпоху Античности.	2	2								4	Доклад-презентация/4 Обсуждение/2
Тема 3. Мировая история в Средние века. Основные этапы становления российской государственности (IX–XV вв.).	2	2								4	Доклад-презентация/4 Обсуждение/2
Тема 4. Раннее Новое Время в мировой истории. Россия в XVI–XVII вв.	2	2								4	Доклад-презентация/4 Обсуждение/2
Тема 5. Особенности мирового исторического процесса в Новое время. Рождение и развитие Российской империи в XVIII-XIX столетиях.	4	2								4	Доклад-презентация/4 Обсуждение/2
Тема 6. Мировая и российская история в первой половине XX в.	2	2								4	Доклад-презентация/4 Обсуждение/2

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА/ балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Тема 7. Мировая и российская история во второй половине XX в.	2	2								4	Доклад-презентация/4 Обсуждение/2
Тема 8. Россия и мир в начале XXI в.	3	5	2							4	Доклад-презентация/4 Обсуждение/2 Контрольная работа /9
Всего:	**19**	**17**	**2**							**34**	**100 (ТКУ+ПА)**
Контроль, час	**36**										**Экзамен (40 из 100)**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. История как наука. Россия в мировом историческом процессе.

История как наука. Функции истории как науки. Специальные исторические дисциплины. Методы изучения истории. Методология истории. Мировой исторический процесс: закономерности и этапы. Место России в мировом историческом процессе.

Тема 2. От первобытности к Древнему миру: особенности исторического процесса на Древнем Востоке и в эпоху Античности.

Первобытное общество - понятие, хронологические рамки, этапы, роль в человеческой истории. Неолитическая революция. Первобытное искусство. Условия возникновения цивилизации.

Специфика цивилизаций Древнего Востока. Мировые империи. Специфика античных цивилизаций. Александр Македонский и его держава. Эллинизм.

Варварский мир. Великое переселение народов. Проблема этногенеза восточных славян. Западная и Восточная Римские империи. Распространение христианства. Кризис и падение Западной Римской империи.

Тема 3. Мировая история в Средние века. Основные этапы становления российской государственности (IX–XV вв.).

Периодизация средневековья. Феодализм. Особенности развития Европы в эпоху средних веков (ранние средние века, классическое средневековье, поздние средние века): политические, экономические, социальные и духовные. Варварские королевства и особенности их развития.

Натуральное хозяйство. Вассально-ленная система. Возникновение личной и поземельной зависимости.

Процессы централизации в Европе. Сословно-представительная монархия и её особенности. Великая хартия вольностей. Католическая церковь и её роль в средневековом обществе. Разделение христианской церкви. Инквизиция.

Города и их роль в развитии средневекового общества. Университеты и их роль.

Абсолютизм и его особенности. Складывание абсолютных монархий в Европе. Великие географические открытия. Складывание океанической цивилизации.

Европа на пороге Нового времени: изменения общественного сознания.

Особенности Средневекового Востока. Особенности развития Византии в средние века. Мусульманская государственность и её особенности. Монголы. Империя Чингисхана. Особенности развития в

средние века Китая, Японии, Индии до эпохи проникновения европейцев.

Американский континент в эпоху до Колумба. Империи ацтеков, майя, инков.

Возникновение и этапы развития Древнерусского государства. Особенности внешнеполитических отношений. Принятие христианства. Феодальная раздробленность. Монголо-татарское иго. Возвышение Москвы. Москва, Золотая Орда и Великое княжество Литовское. Образование централизованного государства. Иван III.

Тема 4. Раннее Новое Время в мировой истории. Россия в XVI–XVII вв.

Периодизация Нового времени. Особенности развития европейских государств в раннее Новое время. Особенности абсолютизма в Европе. Начало формирования колониальной системы. Возрождение и Реформация. Протестантизм. Контрреформация.

Развитие капиталистических отношений в странах первой волны модернизации. Первоначальное накопление капитала.

Особенности развития Востока, Америки и Африки в эпоху проникновения европейцев.

Россия в XVI-XVII вв. Особенности развития русской культуры в XVI–XVII вв.

Тема 5. Особенности мирового исторического процесса в Новое время. Рождение и развитие Российской империи в XVIII-XIX вв.

Особенности развития стран Европы в XVIII веке. Борьба за независимость американских колоний и образование США. Промышленный переворот и его особенности в Англии. Великая французская буржуазная революция и её значение. Наполеон Бонапарт.

Особенности развития стран Европы в XIX веке. Наполеоновские войны. «Священный союз». Развитие национальных государств. Революционное движение.

Вторая империя во Франции. Образование Австро-Венгерской монархии. Франко-прусская война. Образование Германской империи. Парижская коммуна. Национально-освободительные движения в Италии, на Балканах. Антиколониальные выступления в Америке и в Азии. Образование Итальянского королевства. Тройственный союз. Путь к созданию Антанты. Развитие США в XIX в.

Особенности капиталистического производства в условиях промышленного переворот и научно-технической революции. Государственно-монополистический капитализм. Колониальная система.

Становление индустриального общества. Образование массовых политических партий. I Интернационал.

Российская империя в XVIII-XIX вв. Праление Петра I дворцовые перевороты. Правление Павла I, «Просвещённый абсолютизм» Александра I, «Великие реформы» Александра II, контрреформы Александра III. Общественная мысль и социально-политические движения в России XIX- начала XX вв.: декабристы и их проекты, западничество, славянофильство, либерализм, консерватизм, народничество, анархизм, марксизм.

Тема 6. Мировая и российская история в первой половине XX в.

Страны Европы и США в первой половине XX в. Первая мировая война. Крушение империй. Версальско-Вашингтонская система.

Новый курс Ф.Д. Рузвельта. Антидемократические режимы в Германии, Италии, Испании. II Мировая война. Страны Востока в первой половине XX века. Особенности духовного развития стран Европы, Америки и Азии в первой половине XX века.

Россия и СССР в первой половине XX века. Геополитические и социальные особенности Российской империи начала XX в. Правление Николая II. Февральская революция 1917 г. Октябрьские события 1917 г. Гражданская война и интервенция. «Военный коммунизм» и Новая экономическая политика (НЭП). Образование СССР. Особенности социального, экономического, политического развития СССР в 1920-30-е гг. Формирование тоталитарного политического режима И. Сталина. Индустриализация. Коллективизация.

Советская внешняя политика в 1920-е – 1930-е гг. СССР во II мировой и Великой Отечественной войнах.

Тема 7. Мировая и российская история во второй половине XX в.

Европа и США во второй половине XX в. План Маршалла. ООН. Холодная война. НАТО. Образование ФРГ и ГДР. ОВД. СЭВ. Локальные конфликты. Формирование постиндустриального общества. Первая и вторая НТР. Экономический кризис 70-х годов.

Рейганомика. Тэтчеризм. Распад мировой социалистической системы. Крушение биполярной системы мира. Европа на пути к интеграции. Распад колониальной системы.

СССР во второй половине XX века. Оттепель. Попытки осуществления политических и экономических, социальных реформ в 1960-80-х гг. Эпоха застоя. Внешняя политика в 1953-1985 гг. Перестройка: экономические и политические реформы. Попытка государственного переворота 1991 г. Распад СССР. Становление новой российской государственности.

Тема 8. Россия и мир в начале XXI в.

Формирование постиндустриального технологического способа производства. Новый этап НТР.

Интеграционные процессы на европейском и мировом уровне.

Европейский союз. Восточная Европа на пути обновления и модернизации. США и новый мировой порядок.

Возрастание роли КНР в мировой политике и экономике. Формирование многополярного мира. «Арабская весна» и гражданские войны в Ливии и Сирии. Роль стран НАТО на современном Востоке. Угрозы миру: терроризм, фундаментализм.

Россия в начале XXI в.: особенности политического, экономического, социального и духовного развития. Разработка новой внешнеполитической стратегии.

Глобальные проблемы современности и пути их преодоления.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, контрольная работа, эссе, также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя, направленные на развитие навыков профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации и обсуждения

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;

• живую интересную форму изложения;

• акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Обсуждение целенаправленного конкретного вопроса, сопровождающееся обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Обсуждение может быть свободным и управляемым.

К технике управляемого обсуждения относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповое обсуждение. Для его проведения все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения обсуждения необходимо:

1. Выбрать тему, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания для обучающихся по подготовке и выполнению контрольной работы.

Контрольная работа позволяет лучше усвоить материал, проверить качество усвоения материала по теме. Контрольная работа проводится по теме после ее полного изучения на лекции и проработки на семинарском занятии.

Контрольная работа выполняется студентом самостоятельно, без использования вспомогательных материалов, в том числе учебников или конспектов лекций и т.д.

Для выполнения заданий контрольной работы необходимо, прежде всего, внимательно прочитать текст задания. Затем изучить предложенную карту, таблицу, текст исторического источника.

На выполнение контрольной работы отводится ограниченное время в зависимости от, сложности и объема задания.

При подведении итогов по выполненной работе необходимо проанализировать допущенные ошибки, прокомментировать имеющиеся в контрольной работе неправильные ответы.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время

занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Эссе

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной

цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. История как наука. Россия в мировом историчес ком процессе.	Методы изучения истории. Методология истории. Мировой исторический процесс: закономерности и этапы. Место России в мировом историческом процессе.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Написание эссе	Эссе
Тема 2. От первобытности к Древнему миру: особенности исторического процесса на Древнем Востоке и в эпоху Античности.	Первобытное искусство. Условия возникновения цивилизации. Варварский мир. Великое переселение народов. Проблема этногенеза восточных славян. Западная и Восточная Римские империи. Распространение христианства. Кризис и падение Западной Римской империи.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада, Подготовка к обсуждению.	Доклад-презентация и обсуждение
Тема 3. Мировая история в Средние века. Основные этапы становления российской государственнос ти (IX–XV вв.).	Особенности Средневекового Востока. Особенности развития Византии в средние века. Мусульманская государственность и её особенности. Монголы. Империя Чингисхана. Особенности развития в средние века Китая, Японии, Индии до эпохи проникновения европейцев. Американский континент в эпоху до Колумба. Империи ацтеков, майя, инков. Возникновение и этапы развития Древнерусского государства. Особенности внешнеполитических отношений. Принятие христианства. Феодальная раздробленность. Монголо-татарское иго.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада, Подготовка к обсуждению.	Доклад-презентация и обсуждение

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	Возвышение Москвы. Москва, Золотая Орда и Великое княжество Литовское. Образование централизованного государства. Иван III.		
Тема 4. Раннее Новое Время в мировой истории. Россия в XVI–XVII вв.	Развитие капиталистических отношений в странах первой волны модернизации. Первоначальное накопление капитала. Особенности развития Востока, Америки и Африки в эпоху проникновения европейцев. Россия в XVI-XVII вв. Особенности развития русской культуры в XVI–XVII вв.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада, Подготовка к обсуждению.	Доклад-презентация и обсуждение
Тема 5. Особенности мирового исторического процесса в Новое время. Рождение и развитие Российской империи в XVIII-XIX столетиях.	Вторая империя во Франции. Образование Австро-Венгерской монархии. Национально-освободительные движения в Италии, на Балканах. Антиколониальные выступления в Америке и в Азии. Становление индустриального общества. Образование массовых политических партий. I Интернационал. Общественная мысль и социально-политические движения в России XIX- начала XX вв.: декабристы и их проекты, западничество, славянофильство, либерализм, консерватизм, народничество, анархизм, марксизм.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада, Подготовка к обсуждению.	Доклад-презентация и обсуждение
Тема 6. Мировая и российская история в первой половине XX в.	Гражданская война и интервенция. Советская внешняя политика в 1920-е – 1930-е гг. СССР во II мировой и Великой Отечественной войнах.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада, Подготовка к обсуждению.	Доклад-презентация и обсуждение
Тема 7. Мировая и российская история во второй половине XX в.	Рейганомика. Тэтчеризм. Распад мировой социалистической системы. Крушение биполярной системы мира. Европа на пути к интеграции. Распад колониальной системы.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада, Подготовка к обсуждению.	Доклад-презентация и обсуждение

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 8. Россия и мир в начале XXI в.	Россия в начале XXI в.: особенности политического, экономического, социального и духовного развития. Разработка новой внешнеполитической стратегии. Глобальные проблемы современности и пути их преодоления.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада, Подготовка к обсуждению. Подготовка к контрольной работе.	Доклад-презентация и обсуждение Контрольная работа

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. История. Учебник для студентов бакалавриата/ Матюхин А.В., Давыдова Ю.А., Азизбаева Р.Е., Кананерова Е.Н. – М: МФПУ "Синергия", 2019.

Дополнительная литература:

1. Быковская, Г.А. История: технологический профиль : [16+] / Г.А. Быковская, Л.А. Кемулария, В.Д. Черных ; науч. ред. В.М. Черных ; Министерство науки и высшего образования РФ, Воронежский государственный университет инженерных технологий. – Воронеж : Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2018. – 69 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru– Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-00032-373-1. – Текст : электронный.

2. История : практикум / авт.-сост. М.Е. Колесникова ; сост. Т.А. Невская, Л.А. Зверева, А.В. Танцевова и др. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2018. – 119 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru. – Библиогр. с.: 78 – Текст: электронный.

3. Кузнецов, И.Н. История : учебник / И.Н. Кузнецов. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 576 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573311 (дата обращения: 06.12.2020).

3. Матюхин, А.В. История России : учебник/ А.В. Матюхин, Ю.А. Давыдова, Р.Е. Азизбаева ; под ред. А.В. Матюхина. – 2-е изд., стер. – Москва : Университет Синергия, 2017. – 337 с. : ил. –

(Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455427

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Электронные тексты документов по курсу российской истории.	https://histrf.ru/biblioteka/b/eliektronnyie-riesursy-po-istorii-rossii
2.	Ресурсы по Всемирной истории.	http://www.gorlib.ru/profit/hist/hismir.php
3.	Энциклопедический словарь «История Отечества».	http://www.rubricon.com/io_1.asp
4.	Васильев Л. История Востока.	http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Vas_1/index.php
5.	Исторические источники по истории России XVIII - начала XX в. на русском языке в Интернете (Электронная библиотека Исторического факультета МГУ им. М.В.Ломоносова)	http://www.hist.msu.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1	Эссе	9-7 – грамотное использование исторической терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 6-4 – грамотное использование исторической терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 3-1 – грамотное использование исторической терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения
2	Доклад-презентация	4– доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование исторической терминологии, свободное изложение

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы; 3 – некорректное оформление либо отсутствие презентации, грамотное использование исторической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии. 2-1 - отсутствие презентации, неграмотное использование исторической терминологии, алогичное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы
3	Обсуждение	«2» – точные, развернутые и аргументированные ответы на указанные вопросы, грамотное использование историко-правовой терминологии, «1» – правильные ответы на один вопросы в целом грамотное использование историко-правовой терминологии «0» – неправильные ответы либо отсутствие ответов на указанные вопросы
4	Контрольная работа	9-8 – верные и аргументированные ответы на все вопросы; 7-6 – верные, но не аргументированные ответы на все вопросы; 5-4– отсутствие ответа на один вопрос, отсутствие ответа на задачу либо ответ неверный; 3-1 - отсутствие ответа на два или три вопроса, отсутствие ответа на задачу либо ответ неверный;

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

Типовые темы эссе

Тема 1. История как наука. Россия в мировом историческом процессе.

1. Цивилизационный подход и его особенности.
2. Школа «Анналов» и заслуги её представителей.
3. Формационный подход и его особенности.
4. Взгляды С.М. Соловьёва.
5. Взгляды В.О. Ключевского.
6. Августин Блаженный об историческом процессе.
7. Россия и западные черты в её историческом пути развития.
8. Россия и восточные черты в ее историческом пути развития.

9. Научные достижения историка Сказкина.

10. Школа медиевистов Франции.

11. Изучение средних веков в дореволюционной России.

12. Советские историки о Древней Руси.

13. Советские историки о средневековой России.

14. Б. Рыбаков и его историческое наследие.

15. Академик Веселовский и его судьба.

16. Античная история в трудах античных историков.

17. Особенности исторической науки Европы в Новое время.

18. Вклад эпохи Возрождения в изучение и осмысление истории.

19. В. Татищев – основоположник российской научной истории.

20. Средневековые летописи как исторический источник.

Примерные задания к контрольной работе

Задание № 1.

Особенности политического, экономического, социального развития регионов в эпоху Древности.

Задание № 2.

Каковы, на Ваш взгляд, отличия Ранней и Поздней Древности?

Задание № 3.

Проанализируйте текст законов вавилонского царя Хаммурапи. Какие виды преступлений упомянуты в тексте (со ссылками на статьи)? Какое значение имели законы царя Хаммурапи для жителей Вавилонии?

Задание № 4. (Работа с хронологией**).**

Заполните таблицу периода «Смутного времени». Определите последовательность событий.

№ п/п	Событие	Дата
1.	Восстание И. Болотникова	
2.	Вторжение Лжедмитрия I в Россию	
3.	Вторжение Лжедмитрия II в Россию	
4.	Второе ополчение	
5.	Избрание Михаила Романова на царство	
6.	Неурожай и голод	
7.	Первое ополчение	
8.	Польская интервенция в Россию, начало осады Смоленска	
9.	Поход Владислава и Деулинское перемирие	
10.	Свержение Василия Шуйского, приглашение Владислава на престол	
11.	Свержение Лжедмитрия I, избрание царем Василия Шуйского	
12.	Смерть Бориса Годунова, победа Лжедмитрия I	
13.	Столбовской мир	

Задание № 5. (Работа с персоналиями).

Заполните таблицу периода «Смутного времени». (в правом

столбце указано минимальное количество фактов, которые надо знать).

Исторический деятель	Когда действовал (и)?	Кто такой(не)?	Что сделал? Что с ним произошло?
1. Борис Годунов			1. 2.
2. Лжедмитрий I			1. 2.
3. Василий Шуйский			1. 2.
4. Иван Болотников			1.
5. Прокопий Ляпунов			1. 2.
6. Лжедмитрий II			1.
7. Сигизмунд III			1. 2.
8. Владислав			1.
9. М.В. Скопин-Шуйский			1. 2.
10. Марина Мнишек			1. 2. 3.
11. Гермоген			1.
12. Козьма Минин			1. 2.
13. Дмитрий Пожарский			1.
14. Михаил Романов			1.

Задание № 6. (Работа с источниками)

Определите, о ком идет речь в отрывках, расставьте их в хронологической последовательности.

А. «И в могиле ему не было покоя: в народе разнеслась молва, что ночью там виден огонь и раздается веселая музыка; для того через восемь дней вырыли труп из могилы, сожгли в пепел и, зарядив им огромную пушку, выстрелили в те ворота, коими он вступил в Москву».

Б. «Сей злохищный львичище сольсти короля ляхского и литовского, и учини заговор с некоими паны, давными Русской земле и православной нашей христианской вере лиходеи, пришел в наши украинские грады с войски великими, хотя похитити царство Московское и православную христианскую веру истребити, а ввести проклятую латинскю папежскую веру».

В. «Боляре же и началницы Московского царства, вкупе же и весь народ, обещание даша царице: да служат ей и сыну ея и возведут его на царский престол вместо отца его; и тако утвердиша быти и разыдошася в домы своя. Царь же погребен бысть честно в пречестнем храме архистратига Михаила с прочими первоначальствующими цари и князи».

Г. «В то же время, егда стояху людие царевы под Кромами, случися царю в царствующем граде сидети за столом в царском своем доме, обедне кушание творяще по обычею царскому; и по отшествии стола того… внезапу случися ему смерть и пад… И слышенна бысть смерть царева воеводам и началником и всему воинству, которые пребывают во обступлении града Кром и в защишении от врага царева Ростриги, и начаша воинскии людие умы своими колебатися».

Д. «В субботу рано утром открылся страшный мятеж: знатнейшие московские бояре, составив заговор, вломились во дворец, чтобы умертвить ___ . Немецкая гвардия, стоявшая при воротах в числе 30 человек, была прогнана; после того бояре разломали двери в покоях великокняжеских и ворвались в них… Бояре бросились на великого князя, избили его жестоко и неоднократно спрашивали, точно ли он сын Иоанна Васильевича?».

Задание № 7. (Работа с суждением историка).

Прочитайте отрывок из работы историка С.Ф. Платонова. О каком явлении идет речь? Какие точки зрения на причины этого явления вы знаете?

«Началась она явлением случайным – прекращением династии; в значительной степени поддерживалась вмешательством поляков и шведов, закончилась восстановлением прежних форм государственного и общественного строя и в своих перипетиях представляет массу случайного и труднообъяснимого. [Поэтому] и являлось у нас так много различных мнений и теорий об ее происхождении и причинах».

Задание № 8. (Работа с хронологией**)**

Заполните таблицу эпохи дворцовых переворотов»..

№ п/п	Событие	Дата
1.	Вступление русских войск в Берлин	
2.	Манифест о вольности дворянской	
3.	Открытие Московского университета	
4.	Попытка введения «кондиций»	
5.	Семилетняя война	
6.	Царствование Анны Иоанновны	
7.	Царствование Екатерины I	
8.	Царствование Елизаветы Петровны	
9.	Царствование Иоанна VI Антоновича	
10.	Царствование Петра II	
11.	Царствование Петра III	
12.	Эпоха дворцовых переворотов	

Задание № 9. (Работа с персоналиями.)

Заполните таблицу. (В правом столбце указано минимальное количество фактов, которые надо знать).

Исторический деятель	Кто такой(ие)?	Что сделал? Что с ним произошло?
А.Д. Меньшиков		1.
«Верховники»		1.
Э.И. Бирон		
С.Ф. Апраксин		1.
П.С. Салтыков		1.
М.В. Ломоносов		1. 2.
И.И. Шувалов		1.

Задание № 10. (Работа с историческими понятиями).

Дайте определение понятий.

1. «Кондиции» _____.
2. «Верховники» _____.
3. Фаворит _____.
4. Секуляризация земли _____.

Задание № 11. (Работа с источниками).

О каких деятелях эпохи дворцовых переворотов и царствованиях рассуждают историки?

А. «Россияне хвалили ее царствование: она изъявляла к ним более доверенности, нежели к немцам, восстановила власть Сената, отменила смертную казнь, имела любовников добродушных, страсть к весельям и нежным стихам».

Б. «Шуты составляли необходимую принадлежность двора… В числе их находился один князь Голицын, прозывавшийся Квасником. Пятидесятилетнего Квасника вздумали женить на придворной калмычке Буженинoвой, и при этом удобном случае решились повеселиться на славу… Придумали для новобрачных построить Ледяной дом…».

В. «Серо и черство началась ее семейная жизнь с 17-летним вечным недорослком… Он играл в свои куклы и солдаты… Настоящей тиранкой была «дорогая тетушка» … К родителям она могла посылать только письма, составленные в Коллегии иностранных дел… Настоящую, надежную союзницу в борьбе со скукой [она] встретила в книге».

Г. «[Он] не достиг того возраста, когда определяется вполне личность человека, и едва ли история вправе произнести о нем какой-нибудь приговор… Смерть постигла его в то время, когда он находился во власти Долгоруковых; вероятно, если бы он остался жив, то Долгоруковых, по интригам каких-нибудь любимцев счастья, постигла бы судьба Меньшикова».

Д. «Он завел себе особую голштинскую гвардию из всякого международного сброда, но только не из русских своих подданных: то были большею частью сержанты и капралы прусской армии… Считая для себя образцом армию Фридриха II, [он] старался усвоить себе манеры и привычки прусского солдата».

Е. «Россия ПРИШЛА В СЕБЯ. На высших местах управления снова явились русские люди, и когда на место второстепенное назначали иностранца, то [императрица] спрашивала: разве нет русского? Иностранца можно назначить только тогда, когда нет способного русского».

Ж. «Как бы ни старались в отдельных частных чертах уменьшить бедствия этого времени, оно навсегда останется самым темным временем в нашей истории XVIII века, ибо дело шло не о частных бедствиях, не о материальных лишениях: народный дух страдал, чувствовалась измена основному, жизненному правилу великого преобразователя, чувствовалась самая темная сторона новой жизни, чувствовалось иго с Запада, более тяжкое, чем прежнее иго с Востока – иго татарское».

<u>Примерные темы докладов-презентаций:</u>

1. Первобытные религии и их отголоски в современных религиях и культурах разных стран.
2. Мифология Древней Греции и ее социокультурное значение.
3. Ислам как фактор социокультурного развития народов Востока и Африки.
4. Культурное многообразие направлений общественной мысли в эпоху Нового времени: либерализм, консерватизм, социализм.
5. Социально-историческая и культурная специфика развития стран Востока во второй половине XX века.
6. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития стран Азии и Африки в начале XXI в.
7. Геополитические и социальные особенности Российской империи начала XX в.
8. Крушение биполярной системы мира.
9. Распад колониальной системы.
10. Глобальные проблемы современности и пути их преодоления.
11. Культура Киевской Руси IX-начала XII вв.
12. Культура Руси периода феодальной раздробленности начало XII – XIV вв.
13. Крещение Руси и его значение.
14. Образование российского централизованного государства.
15. Культура Руси XVI в.
16. Культура России XVII в.
17. Петровские реформы и их значение.
18. Общественная мысль России XIX в.

19. Культура России конца XIX-начала XX вв.
20. Образование СССР.
21. Коллективизация в СССР.
22. Партизанское движение в годы Великой Отечественной войны.
23. Советский тыл в годы Великой Отечественной войны.
24. Распад СССР и его последствия.
25. Проблемы модернизации современной России.

Примерные темы обсуждений:

1. Взаимоотношения государства и частной собственности в Древнем мире.
2. Экономические особенности Древнего мира.
3. Античный капитализм.
4. Виды и роль рабства в Древнем мире.
5. Религии Древнего Востока.
6. Культура и наука Античности.
7. Религии Древнего Востока.
8. Города и их роль в развитии средневекового общества: на примере Ганзы.
9. Города и их роль в развитии средневекового общества: на примере Великого Новгорода
10. Торговые связи: Древняя Русь между Востоком и Западом.
11. Эпоха «Возрождения» в Италии
12. Северное Возрождение и его особенности
13. Духовная революция позднего средневековья – Возрождение и Реформация.
14. Реформация: выдающиеся деятели и их вклад в развитие протестантизма.
15. Особенности капиталистического производства в условиях промышленного переворота.
16. Образования монополий
17. Складывания мирового капиталистического хозяйства
18. Развитие капитализма на новых территориях в XIX в.
19. Великая французская буржуазная революция.
20. Революции в России: первая русская революция и её значение.
21. Революции в России: Февральская революция и её значение.
22. Китай во второй половине XX в. и его особенности.
23. Япония второй половине XX в. и ее особенности.
24. Противоречия процессов модернизации в странах Азии, Африки и Латинской Америки.
25. Интеграционные мировые процессы.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «История (история России, всеобщая история)» проводится в форме экзамена

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-10 баллов Задание 2: 0-10 баллов Задание 3: 0-20 баллов **Суммарное количество баллов за ТКУ и ПА** **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Периодизация мировой истории. Особенности периодизации в разных регионах мира.
2. Место России в мировом историческом процессе, в мировом социокультурном развитии.
3. Особенности развития человечества в эпоху первобытности. Первобытные религии и их отголоски в современных религиях и культурах разных стран.
4. Политические, социальные и духовные особенности развития стран Древнего Востока и античных государств. Появление мировых религий. Их влияние на социо-культурное развитие стран и народов.
5. Политические, экономические, социальные особенности развития стран Европы в эпоху средних веков.
6. Европа на пороге Нового времени. Социально-историческая и культурная специфика стран Европы.
7. Страны Азии Африки и Латинской Америки в Средние века.

Социально-историческая, политическая и культурная специфика стран Азии, Африки и Латинской Америки. Ислам как фактор социокультурного развития народов Востока и Африки.

8. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития европейских государств в раннее Новое время.

9. Создание европейских колониальных владений в Америке и Азии. Социокультурные различия колонизаторов и жителей колоний.

10. Буржуазные революции в Нидерландах и Англии и их значение. Социально-политическая специфика развития передовых капиталистических стран.

11. Особенности политического, социально-исторического развития Московского царства в XVI-XVII в**.**

12. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития стран Европы в XVIII веке.

13. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития европейских государств в странах Европы в XIX веке.

14. Культурное многообразие направлений общественной мысли в эпоху Нового времени: либерализм, консерватизм, социализм.

15. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития Российской империи в XVIII в. – реформы и их значение.

16. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития России первой половины XIX в.

17. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития России второй половины XIX в.

18. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития стран Европы и США в первой половине XX века.

19. Россия от Февраля к Октябрю 1917 г.; влияние революционных изменений на политическую, социокультурную, мировоззренческую сторону жизни общества.

20. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития стран Европы и США во второй половине XX века.

21. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития стран Востока во второй половине XX века.

22. Попытки осуществления политических и экономических, социальных реформ в СССР 1960-80-х гг. Социокультурные и мировоззренческие сдвиги оттепели и застоя.

23. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития стран Азии и Африки в начале XXI в.

24. Расскажите о способах осмысления жителями разных стран и регионов современных глобальных угроз.

25. Социально-историческая, политическая и культурная специфика развития России в начале XXI в.

Задания 2 типа

1. Охарактеризуйте социокультурные и политические особенности

Древнего мира (взаимоотношения государства и частной собственности, античный капитализм, виды и роль рабства). Как античный мир повлиял на европейскую цивилизацию? Ответ обоснуйте.

2. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое значение городов в развитии средневекового общества. Ответ обоснуйте.

3. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и влияние католической церкви на мировоззрение и жизнь средневекового общества. Ответ обоснуйте.

4. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое значение Великих географических открытий, выявите их исторические последствия. Ответ обоснуйте.

5. Охарактеризуйте сходства и отличия торговых отношений Руси с Западом и Востоком. Какое политическое и культурное значение на Русь оказала транзитная торговля с другими народами? Ответ обоснуйте.

6. Дайте развернутую характеристику процессам централизации и его особенностям в западноевропейских странах и на Руси после феодальной раздробленности. Ответ обоснуйте.

7. Охарактеризуйте социокультурный, политический и исторический смысл модернизации. Охарактеризуйте органическую и догоняющую модернизацию. Ответ обоснуйте.

8. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое развитие стран Западной Европы в эпоху Возрождения, ее особенности и значение. Ответ обоснуйте.

9. Охарактеризуйте социокультурный, политический и исторический смысл Реформации, ее особенности в разных странах Европы и значение для Европейской цивилизации. Ответ обоснуйте.

10. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое развитие стран Востока в эпоху проникновения европейцев. Ответ обоснуйте.

11. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое развитие стран Америки и Африки в эпоху проникновения европейцев. Ответ обоснуйте.

12. Дайте развернутую характеристику процессам закрепощения крестьянства России и его исторического хода. Дайте сравнительную характеристику развития феодального права в России и в странах Западной Европы. Ответ обоснуйте.

13. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое развитие России XVII в. Ответ обоснуйте.

14. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое значение Великой французской буржуазной революции. Ответ обоснуйте.

15. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое значение капиталистического производства в условиях промышленного переворота. Ответ обоснуйте.

16. Охарактеризуйте процесс складывания мирового капиталистического хозяйства и образования монополий, их влияние на развитие стран и народов. Ответ обоснуйте.

17. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое значение реформ в Российской империи в первой половине XIX вв. Ответ обоснуйте.

18. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое значение «Великих реформ» Александра II. Ответ обоснуйте.

19. Охарактеризуйте социокультурное, политическое и историческое значение пореформенного развития России. Ответ обоснуйте.

20. Охарактеризуйте Мировой экономический кризис 1929-1932 г.г., выявите его причины, особенности, последствия и пути выхода. Ответ обоснуйте.

21. Охарактеризуйте геополитические и социальные особенности Российской империи начала XX в. Ответ обоснуйте.

22. Охарактеризуйте и классифицируйте по идеологическому признаку политические партии России начала XX в. Ответ обоснуйте.

23. Охарактеризуйте послевоенное развитие экономики в СССР. Ответ обоснуйте.

24. Охарактеризуйте историко-цивилизационные особенности стран Востока в контексте поиск новых моделей развития на рубеже XX-XXI вв. Ответ обоснуйте.

25. Охарактеризуйте глобальные проблемы современности и выявите пути их преодоления. Ответ обоснуйте.

Задания 3 типа

Задание № 1

Ниже указаны две точки зрения на крепостное право.

1. Крепостное право в России XVII – первой половины XIX в. являлось тяжёлой формой эксплуатации, при которой крестьянин был фактически рабом помещика-землевладельца. 2. Крепостное право в России XVII – первой половины XIX в. являлось для своего времени эффективной формой взаимодействия государства, землевладельцев и крестьян.

Какая из точек зрения представляется Вам более предпочтительной? Используя исторические знания, приведите три аргумента, подтверждающих избранную Вами точку зрения.

Задание № 2

Прочтите исторический текст. Найдите ошибки и объясните их.

«Новое время в Европе»

Политическое развитие стран Европы в Новое время характеризовалось крушением сословно-представительных режимов.

Утверждались новые принципы взаимоотношений власти и общества, которые активно разрабатывались мыслителями идеологии рационализма. У истоков теорий общественного договора, естественных, неотъемлемых прав человека, сыгравших большую роль и не потерявших своего гуманистического пафоса и поныне, стоят фигуры К. Маркса и Ф. Энгельса. К началу XIX столетия, когда уже свершились революции в Германии, Англии и Франции, социальная структура буржуазного общества в Западной Европе только складывалась. Но к середине XIX века ярко проявила себя сила в лице представителей передовой интеллигенции, на которую и сделали ставку авторы знаменитого «Манифеста Коммунистической партии», обратившись к ним с призывом для переустройства общества на новых началах.

Задание № 3

Найдите ошибки в историческом тексте и объясните их.

«Россия революционная»:

Россия участвовала в I Мировой войне на стороне Союза трёх императоров. Поражения на фронтах, тяжелая ситуация в тылу наряду с узлом нерешенных проблем создали в стране предпосылки для революционного взрыва. Авторитет Николая Владимировича Романова, всероссийского императора, династии падал из-за приближения к трону личности священника Иоанна Кронштадского. Временное правительство, пришедшее к власти в марте 1917 г. и состоявшее из меньшевиков и кадетов, обещали стране решение первоочередных задач. Готовились всенародные выборы в Государственный совет, который должен был решить судьбу страны. Непоследовательность, нерешительность правительства, а также ситуация двоевластия постепенно лишали правительства авторитета. Попытка генерала Алексеева навести порядок в стране провалилась. Октябрист Керенский, возглавивший правительство, призвал на борьбу с генералом и его сторонниками. Особенно возрос авторитет большевиков. Под руководством Сталина они осуществили переворот в Москве и на 2 Всероссийском съезде Советов провозгласили переход власти к ним в руки, а также начало преобразований на основе принятых постоянных декретов «О мире», «О земле», «О власти».

Задание № 4

Прочтите отрывок из сочинения церковного деятеля.

«Апреля в 14 день, на Фомины недели в четверг, в Пустозёрском остроге, по указу цареву, полуголова Иван Елагин взял ис тюрем протопопа Аввакума, попа Лазаря, дьякона Фёдора и старца Епифания, и шли они до уреченного места на посечение, где плаха лежит, и мучительная вся готова, и палачь готовитца на посечение их. Они же никако унывше, вкупе народ благословляли и прощались, светлым лицем, весели, в своем благочестии непоколебимо стояли и за отеческое предание смерть принимали, а к народам говорили: «не прельщайтеся Никоновым учением! за истину страждем и умираем».

1) Определите, о каком явлении идёт речь.

2) Охарактеризуйте эпоху.

3) Назовите важнейших действующих лиц.

4) Определите значение данного явления в истории страны.

1. Рассмотрите историческую ситуацию и ответьте на вопросы.

Начало объединительных процессов в русских землях в XIV–XV вв. и создание единого государства сопровождались борьбой за лидерство между княжествами. Победу в этой борьбе одержала Москва. Н.М. Карамзин писал о возвышении Москвы: «Сделалось чудо. Городок, едва известный до конца XIV в., возвысил главу и спас отечество».

Задание № 5

Найдите исторические ошибки в предложенном тексте и объясните их.

«Общества Древнего Востока»:

Общества Древнего Востока отличала особая зависимость от водной среды. Огромную роль в развитии хозяйства этих государств играло море. Наряду с этим можно отметить еще несколько особенностей. В частности, роль правителя государства. Считалось, что он, как законопослушный человек, обязан всячески заботиться о

подданных и если он не исполнял этого, его можно было сместить. Тип характера государственной власти Древнего Востока называется

демократией. Еще одной особенностью древневосточных государств были взаимоотношения между властью и обществом: голос общества был важен для принятия тех или иных решений. В социальной структуре значимой единицей была община, в которой могло существовать рабство. Такое рабство историки называют классическим.

Задание № 6

Найдите ошибки в историческом тексте и объясните их.

«Средневековая Европа»:

Феодальное общество средневековой Европы имело ряд особенностей. Оно было сословным, и эти сословия по отношению друг к другу были равноправны. Дворянство обладало земельными владениями, называвшимися феодами, и было совершенно независимо и самостоятельно. Большую роль играла католическая церковь. Но она никогда не претендовала на политическую власть. Крестьянство вело хозяйство на собственных участках земли. С течением времени города Европы стали центрами ремесла и торговли. Возможности некоторых из них были столь значительны, что они превратились в совершенно независимые самоуправляемые образования, называвшиеся демократиями.

Задание № 7

Найдите исторические ошибки в предложенном тексте и объясните их.

«Россия эпохи Петра I»:

Петр I придавал много значения человеческой личности, ее правам и свободам. Поэтому в период его правления в армии, на гражданской службе находились те, кто считал своим долгом принести пользу

Отечеству. Другие могли заниматься хозяйством, путешествовать, проводить свой досуг в имении. Теперь, благодаря петровским указам, помещики имели больше прав, чем старинные вотчинники. Особое внимание преобразователь обратил на церковь, и она получила условия для своего развития в качестве духовной направляющей силы русского общества. Много внимания император, а он этот титул получил после подавления восстания и казни стрельцов, уделил российской системе образования, подписывая указы об открытии разнообразных учебных заведений.

Задание № 8

Найдите ошибки в историческом тексте и объясните их.

Общество Средних веков в Европе:

Городская жизнь Позднего Средневековья была противоречива. Центром города был, как правило, собор, построенный в стиле неоклассицизма. Важную роль играли рынки. Здесь крестьяне продавали выращенные овощи, фрукты, скот, различные изделия. Они нуждались в денежных средствах, часть которых шла феодалу. Это явление носит название автаркии. Наряду с ремесленниками, товары производили и рабочие на заводах, которых становилось всё больше. Правитель любой страны в эту эпоху вынужден был учитывать растущее влияние третьего сословия, которое имело экономические возможности, но не обладало достаточным политическим весом. Так во имя сохранения стабильности его власть приобретала сословно-представительный характер. Изменения происходили и в духовной сфере. Прежняя картина мира рушилась под влиянием процессов индивидуализации в общественном сознании. (

Задание № 9

Найдите исторические ошибки в предложенном тексте и объясните их.

Россия эпохи Ивана III:

Создание централизованного российского государства происходит в эпоху Ивана III, который приходился родным внуком Дмитрию Донскому. Именно в эпоху Ивана были присоединены Смоленские земли, Тверские территории и огромные Новгородские владения. После обретения суверенитета встал вопрос об унификации жизни в едином государстве. Поэтому в 1495 году был принят первый Судебник, в котором уже содержались нормы о жизни крестьян. Правление Ивана III обладало чертами абсолютизма, который укрепился в правление Ивана IV Грозного. Немалую роль в его становлении сыграла и вторая женитьба великого князя на Софье Палеолог, наследнице Священной Римской империи.

Задание № 10

Найдите ошибки в историческом тексте и объясните их.

«Древняя Греция»:

В античной Греции не было единого центра. Греки были объединены в гражданской общине, называвшейся леном. Таких

образований было более 150. Характерной хозяйственной чертой этих поселений была зависимость от привозного хлеба. В эпоху архаики границы греческого мира многократно расширились. Десятки кораблей перевозили колонистов на юг, запад и восток. Наиболее успешно было освоение греками именно причерноморских территорий.Политический строй поселений был различен. Для Афин, например, в классическую эпоху была характерна олигархия. Для Спарты – охлократия. Эти два крупнейших поселения концентрировали вокруг себя многочисленных сторонников. В дальнейшем произошло столкновение между ними, и обессиленные в противостоянии, греческие территории стали добычей Персии. Так началась эпоха колониализма, которая закончилась возвышением Македонии.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. Аннотация к дисциплине 3

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4

3. Тематический план 6

4. Содержание дисциплины 8

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 8

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 16

7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 169

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 N 963.

Изучение дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» ориентировано на получение обучающимися знаний об идентификации, защите и ликвидации последствий реализации опасностей антропогенного, техногенного и естественного происхождения, и их совокупности (поле опасностей), действующих в системах «объект защиты – источник опасности», а также твёрдых практических навыков в использовании средств и систем защиты от опасностей.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Для изучения дисциплины требуются знания и навыки обучающихся в рамках школьного курса «Основы безопасности жизнедеятельности», «Экология».

Знания по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» могут использоваться в любых курсах, так как они связаны с обеспечением безопасности человеческой деятельности в любой предметной области.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование у обучающихся способности решать проблемы обеспечения безопасности жизнедеятельности, грамотно и эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях и при ликвидации их последствий.

Задачи дисциплины:

- сформировать знания основ безопасности жизнедеятельности;
- выработать умение находить пути решения сложных ситуаций, связанных с безопасностью жизнедеятельности;
- выработать умение применять основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	**УК-8**	**УК-8.1.** Анализирует, идентифицирует и устраняет факторы вредного влияния элементов среды обитания, в т.ч. в рамках осуществляемой деятельности.	Знает 1) факторы, воздействующие на человека в процессе трудовой деятельности; 2) какие параметры нормируются при назначении климата рабочей зоны.	Умеет 1) организовывать рабочую зону в соответствии с требованиями нормативов; 2) правильно организовывать режим труда и отдыха	Имеет практический опыт по обеспечению защиты работающих от перегрева и охлаждения	**Контактная работа:** **Лекции** **Практические занятия** **Самостоятельная работа**
		УК-8.2. Формирует общую культуру безопасного и ответственного поведения; выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте.	Знает 1) вредные производственные факторы; 2) требования, предъявляемые к рабочему месту.	Умеет 1) организовывать электробезопасность на рабочем месте; 2) обращаться с вредными химическими веществами и сред-	Имеет практический опыт по расчету параметров рабочего места: освещенность, шум, электромагнитное излучение.	

				ствами пожаротушения.		
		УК-8.3. Осуществляет действия по предотвращению и возникновению чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте; в случае возникновения чрезвычайной ситуации применяет средства защиты, оказывает первую помощь, принимает участие в восстановительных мероприятиях.	Знает 1)особенности поражающих факторов биологического. Химического и зажигательного оружий; 2) основы радиационной безопасности.	Умеет 1) производить оценку обстановки при землетрясении, урагане, наводнении; 2) производить оценку обстановки при взрыве конденсированных взрывчатых веществ.	Имеет практический опыт по использованию индивидуальных средств защиты.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА / балл
		Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стадии)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
очная форма											
Тема 1. Человек и среда обитания.	**УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3**	5		5						9	Тестовые задания / 10 бал.; решение задач / 15 бал.
Тема 2. Безопасность производственной деятельности.	**УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3**	5		5						9	Тестовые задания / 10 бал.; решение задач / 15 бал.
Тема 3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Гражданская оборона.	**УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3**	5		5						8	Тестовые задания / 10 бал.; решение задач / 15 бал.
Тема 4. Управление безопасностью жизнедеятельности.	**УК-8.1 УК-8.2 УК-8.3**	4		4						8	Тестовые задания / 10 бал.; решение задач / 15 бал.
Всего:	**УК -8**	**19**		**19**						**34**	**100**
Контроль (зачет) час											**Зачет**
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)		**72**									
Общая трудоемкость дисциплины (в зачетных		**2**									

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА / балл
		Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стадии)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
очная форма											
единицах)											

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Человек и среда обитания

Основы экологической безопасности. Основные формы человеческой деятельности. Критерии оценки тяжести и напряжённости труда. Факторы, воздействующие на человека в процессе трудовой деятельности. Характерные состояния системы «человек-среда обитания». Критерии комфортности.

Тема 2. Безопасность производственной деятельности.

Нормализация микроклимата рабочих мест. Освещение рабочей зоны. Вредные вещества, шум и вибрация, электромагнитные поля в рабочей зоне. Основы электробезопасности. Основные санитарные требования и нормы при работе с видеодисплейными терминалами и ПЭВМ. Идентификация вредных факторов среды и средства защиты от них. Средства снижения травмоопасности и вредного воздействия технических систем. Безопасность и экологичность технических систем. Профессиональный отбор операторов технических систем. Психологические факторы при работе с информационными системами.

Тема 3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Гражданская оборона.

Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени. Прогнозирование и оценка поражающих факторов чрезвычайных ситуаций. Гражданская оборона и защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях. Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях. Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций.

Тема 4. Управление безопасностью жизнедеятельности.

Основные нормативные документы и организация контроля и надзора в области безопасности жизнедеятельности. Основы расследования несчастных случаев и анализа производственного травматизма. Системы контроля требований безопасности и экологичности. Экономические последствия и материальные затраты на обеспечение безопасности жизнедеятельности. Международное сотрудничество в области безопасности жизнедеятельности.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практические занятия, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару

среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Доклад-презентация – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Если письменный текст обязан быть правильно построен и оформлен, грамотно написан и удовлетворительно раскрывать тему содержания, то для устного сообщения этого мало. Устное выступление должно хорошо восприниматься на слух, то есть быть интересно поданным для аудитории.

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. **Иллюстрация** – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- ✓ готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- ✓ обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- ✓ план сообщения;

- ✓ краткие выводы из всего сказанного;
- ✓ список использованных источников.

Доклад – сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- ✓ сообщать новую информацию;
- ✓ использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- ✓ дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- ✓ иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- ✓ название, сообщение основной идеи;
- ✓ современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- ✓ живую интересную форму изложения;
- ✓ акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без

наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии

Дискуссия – это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии – обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой(конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффек-

тивным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Эссе – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение – суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть – теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также

обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина – следствие, общее – особенное, форма – содержание, часть – целое, постоянство – изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков – не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение – обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
Тема 1. Человек и среда обитания.	Характерные состояния системы «человек-среда обитания». Критерии комфортности.	Работа в библиотеке. Конспектирование	Литература к теме 1	Конспект, эссе
Тема 2. Безопасность производственной деятельности.	Идентификация вредных факторов среды и средства защиты от них. Средства снижения травмоопасности и вредного воздействия технических систем. Безопасность и экологичность технических систем. Профессиональный отбор операторов технических систем. Психологические факторы при работе с информационными системами.	Работа в библиотеке. Конспектирование	Литература к теме 2	Конспект
Тема 3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Гражданская оборона.	Прогнозирование и оценка поражающих факторов чрезвычайных ситуаций. Гражданская оборона и защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях. Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях. Ликвидация последствий чрезвычайных ситуаций.	Работа в библиотеке. Конспектирование	Литература к теме 3	Конспект
Тема 4. Управление безопасностью жизнедеятельности.	Системы контроля требований безопасности и экологичности. Экономические последствия и материальные затраты на обеспечение безопасности жизнедеятельности. Международное сотрудничество в области безопасности жизнедеятельности.	Работа в библиотеке. Конспектирование	Литература к теме 4	Конспект

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Безопасность жизнедеятельности: учебное пособие / Хамидуллин Р. Я., Никитин И. В. – М.: Университет «Синергия», 2020. – 163с (Университетская серия)
2. Безопасность жизнедеятельности: учебное пособие / под ред. Л.А. Муравей. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 465 с. – ISBN 5-238-00352-8. [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru
3. Никитин И.В., Хамидуллин РЯ. Безопасность жизнедеятельности: Интернет-курс. – М.: МФПУ «Синергия», 2013. [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru

Дополнительная литература:

1. Безопасность жизнедеятельности. Учебник для бакалавров / под ред. Е.И. Холостова, О.Г. Прохорова, А.Е. Илларионова. – М.: Дашков и Ко, 2013. – 453 с. – («Учебные издания для бакалавров»). – ISBN 978-5-394-02026-1. То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru
2. Белов С.В. Безопасность жизнедеятельности и защита окружающей среды (техносферная безопасность): Учебник для вузов. 2-е изд., – М.: Юрайт, 2011. – 682 с

№	Полное наименование ресурса	Адрес ресурса
1.	Хроники катастроф.	http://www.chronicl.chat.ru/
2.	Катастрофы, стихийные бедствия, аварии, эпидемии. Солнечная и геомагнитная активность. /ежедневный обзор	http://www.disasters.chat.ru
3.	МЧС России.	http://www.mchs.gov.ru/
4.	Каталог по безопасности жизнедеятельности.	http://www.eun.chat.ru
5.	Стихийные бедствия.	http://www.sipri.narod.ru

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Полное наименование ресурса	Адрес ресурса
1.	Хроники катастроф.	http://www.chronicl.chat.ru/

2.	Катастрофы, стихийные бедствия, аварии, эпидемии. Солнечная и геомагнитная активность. /ежедневный обзор	http://www.disasters.chat.ru
3.	МЧС России.	http://www.mchs.gov.ru/
4.	Каталог по безопасности жизнедеятельности.	http://www.eun.chat.ru
5.	Стихийные бедствия.	http://www.sipri.narod.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации

http://pravo.gov.ru.

• Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

• Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	Отчет по практикуму 15-12 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 11 - 7– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 6- 2- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки. 0 практикум не выполнен.
2.	Тестовые задания	10-7 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 6-4 – верные ответы составляют более 80% от общего количества; 1-3 – более 50% правильных ответов

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Тема 1. Человек и окружающая среда.

Типовые тестовые задания.

1. Работы, производимые сидя, стоя или связанные с ходьбой и некоторым физическим напряжением по степени физической тяжести относятся к легким, если затраты энергии работника не превышают значения

1) 80 ккал/ч;
2) 100 ккал/ч;
3) 130 ккал/ч;
4) 150 ккал/ч;
5) 200 ккал/ч.

2. Работы, связанные с постоянной ходьбой, либо производимые стоя или сидя и связанные с перемещением предметов массой до 1 кг по степени физической тяжести относятся к средним, если затраты энергии работника не превышают значения

1) 135 ккал/ч;
2) 150 ккал/ч;
3) 200 ккал/ч;
4) 250 ккал/ч;
5) 300 ккал/ч.

3. Работа, при выполнении которой затраты энергии составляют 253 ккал/ч согласно по степени физической тяжести относится к

1 нейтральной;
2) легкой;
3) умеренной;
4) средней;
5) тяжелой.

4. При выполнении работы категории 2а максимальная масса перемещаемых предметов не должна превышать значения

1) 0,5 кг;
2) 1 кг;
3) 1,5 кг;
4) 2,75 кг;
5) 3 кг.

5. Предметы массой 11,5 кг, переносимые в процессе работы, согласно классификации работ по степени физической тяжести называются

1) мелкими;
2) средними;
3) большими;
4) значительными;
5) умеренными.

6. Рабочей зоной называется

1) зона, в которой непосредственно размещено производственное оборудование;
2) зона размером 2х2 м вокруг установленного станка;
3) зона объемом 2х2х2 м в непосредственной близости от опасных агрегатов производственного оборудования;
4) пространство высотой до 2 м над уровнем пола или рабочей площадкой, на которой расположены постоянные рабочие места;
5) пространство, в пределах которого происходит перемещение инструмента, исходного сырья, конечного продукта и опасных узлов агрегатов.

7. Если работник непрерывно в течение 2,5 часов занимается трудовой деятельностью на одном и том же рабочем месте, то данное рабочее место является

1) служебным;
2) дежурным;
3) постоянным;
4) оперативным;
5) временным.

8. В качестве параметров микроклимата нормируются следующие параметры окружающей среды

1) температура воздуха и окружающих поверхностей, относительная влажность воздуха, скорость движения воздуха;
2) температура воздуха, абсолютная влажность воздуха, скорость движения воздуха, естественная освещенность;
3) температура окружающих поверхностей, давление воздуха, максимальная влажность воздуха, общая освещенность;
4) температура воздуха и окружающих поверхностей, относительная влажность воздуха, давление воздуха;
5) относительная влажность воздуха, давление воздуха, скорость движения воздуха, доля естественной освещенности в общей освещенности.

9. Основным процессом, обеспечивающим теплообмен организма человека с окружающей средой в процессе физической работы, является

1) сублимация;
2) конвекция;
3) испарение;
4) конденсация;
5) излучение.

10. Если среднесуточная температура за 5 дней составила плюс 12 °С, то данный период года является

1) нейтральным;
2) умеренным
3) теплым;
4) жарким;
5) прохладным.

11. Отдача телом в окружающую среду тепла в результате конвекции зависит от

1) скорости обдувающего тело потока воздуха;
2) массы тела;
3) давления воздуха;
4) температуры тела;

5) температуры воздуха вокруг тела.

12. Количество отданного телом тепла в окружающую среду в результате испарения зависит от

1) абсолютной влажности воздуха;

2) давления воздуха;

3) относительной влажности воздуха;

4) температуры тела;

5) плотности воздуха.

13. При определении нормативов для параметров микроклимата рабочего места должны учитываться

1) тяжесть выполняемой работы, наличие источников явного тепла, время года;

2) наличие источников явного тепла, давление воздуха, время года;

3) тяжесть выполняемой работы, площадь поверхности источников явного тепла, время суток;

4) температура тела, давление воздуха, время года;

5) тяжесть выполняемой работы, освещенность рабочей зоны, давление воздуха.

14. При облучении нагретыми частями технологического оборудования 15 % тела оператора интенсивность теплового облучения не должна превышать значения

1) 30 Вт/м^2;

2) 40 Вт/м^2;

3) 50 Вт/м^2;

4) 75 Вт/м^2;

5) 100 Вт/м^2.

15. Если нагретыми частями технологического оборудования облучается 48 % тела работника, интенсивность теплового облучения не должна превышать значения

1) 50 Вт/м^2;

2) 65 Вт/м^2;

3) 70 Вт/м^2;

4) 80 Вт/м^2;

5) 100 Вт/м^2.

16. В случае облучения нагретыми частями технологического оборудования 70 % тела человека интенсивность теплового облучения не должна превышать значения

1) 30 Вт/м^2;

2) 35 Вт/м^2;

3) 40 Вт/м^2;

4) 45 Вт/м^2;

5) 50 Вт/м^2.

17. Допустимая интенсивность облучения оператора при наличии на рабочем месте открытого источника теплового облучения не должна превышать значения

1) 100 Вт/м^2;
2) 110 Вт/м^2;
3) 130 Вт/м^2;
4) 140 Вт/м^2;
5) 150 Вт/м^2.

18. Если внутри корпуса аппарата температура составляет 115 ºС, то температура нагретых наружных поверхностей, с которыми должен соприкасаться работник не должна превышать значения

1) 35 ºС;
2) 36 ºС;
3) 45 ºС;
4) 50 ºС;
5) 53 ºС.

19. Если внутри корпуса аппарата температура составляет 45 ºС, то максимальная температура нагретых наружных поверхностей, с которыми должен соприкасаться работник не должна превышать значения

1) 25 ºС;
2) 30 ºС;
3) 35 ºС;
4) 40 ºС;
5) 45 ºС.

20. В случае превышения температуры конструкции сверх допустимой на 2,5 ºС рабочее место должно находиться от нее на расстоянии более

1) 0,5 м;
2) 1 м;
3) 1,5 м;
4) 2 м;
5) 5 м.

Типовые задачи.

Оценить напряжённость труда студента на лекционном занятии.

Тема 2. Безопасность производственной деятельности.

Типовые тестовые задания.

1. Организованная естественная вентиляция осуществляется при помощи

1) установок кондиционирования воздуха;
2) окон, фрамуг, дефлекторов;
3) механических фильтров и калориферов;

4) электрических вентиляторов;
5) увлажнителей и ионизаторов воздуха.

2. Приточно-вытяжная вентиляция относится к вентиляции
1) естественной организованной;
2) аэрации;
3) инфильтрации;
4) искусственной;
5) естественной неорганизованной.

3. Механическая вентиляция при отсутствии естественной должна обеспечить объем поступающего воздуха на одного работника не менее
1) 30 $м^3$/ч;
2) 40 $м^3$/ч;
3) 60 $м^3$/ч;
4) 80 $м^3$/ч;
5) 100 $м^3$/ч.

4. Естественная вентиляция при объеме помещения 35 $м^3$ должна обеспечить объем поступающего воздуха на одного работника не менее
1) 15 $м^3$/ч;
2) 20 $м^3$/ч;
3) 25 $м^3$/ч;
4) 30 $м^3$/ч;
5) 35 $м^3$/ч.

5. Освещенность на поверхности стола с видеодисплейным терминалом и ПЭВМ в зоне размещения рабочего документа должна составлять
1) 100–200 лк;
2) 200–300 лк;
3) 300–400 лк;
4) 300–500 лк;
5) 400–600 лк.

6. Искусственное освещение должно дополнительно включаться при значении освещенности создаваемой естественным освещением менее
1) 500 лк;
2) 1000 лк;
3) 1500 лк;
4) 3000 лк;
5) 5000 лк.

7. При боковом освещении нормируется следующее значение коэффициента естественной освещенности
1) минимальное;
2) среднее;

3) среднеквадратичное;
4) максимальное;
5) полное.

8. Воздействие на организм человека опасных производственных факторов приводит
1) в определенных условиях к травме или резкому ухудшению здоровья;
2) к травме;
3) к резкому ухудшению здоровья;
4) к профессиональному или профессионально-обусловленному заболеванию;
5) в определенных условиях к профессиональному или профессионально-обусловленному заболеванию.

9. Воздействие на организм человека вредных производственных факторов приводит
1) в определенных условиях к профессиональному или профессионально-обусловленному заболеванию;
2) к резкому ухудшению здоровья;
3) к травме;
4) к профессиональному или профессионально-обусловленному заболеванию;
5) в определенных условиях к травме или резкому ухудшению здоровья.

10. Значения предельно-допустимые концентраций чрезвычайно опасных вредных веществ составляют
1) более 15 мг/м^3;
2) 10–15 мг/м^3;
3) 1–10 мг/м^3;
4) 0,1–1 мг/м^3;
5) менее 0,1 мг/м^3.

11. Зоны воздействия шума должны быть обозначены знаками, а персонал, работающий в них – обеспечен средствами индивидуальной защиты, если уровень звукового давления
1) более 30 дБА;
2) более 40 дБА;
3) более 50 дБА;
4) более 80 дБА;
5) более 135 дБА.

12. Запрещается даже кратковременное пребывание в зонах с уровнем звукового давления
1) более 85 дБА;
2) более 90 дБА;
3) более 100 дБА;

4) более 135 дБА;
5) более 140 дБА.

13. В ночное время в жилых помещениях значение уровня шума не должно превышать
1) 10 дБА;
2) 25 дБА;
3) 30 дБА
4) 35 дБА;
5) 40 дБА.

14. На рабочих местах операторов, работающих с видеотерминалами и ПЭВМ максимальное значение уровня шума не должно превышать
а) 40 дБА;
б) 50 дБА;
в) 55 дБА;
г) 60 дБА;
д) 65 дБА.

15. Предельно-допустимое значение напряженности электрического поля промышленной частоты внутри жилых зданий составляет
1) 0,1 кВ/м;
2) 0,25 кВ/м;
3) 0,5 кВ/м;
4) 0,75 кВ/м;
5) 1,0 кВ/м.

16. Присутствие персонала в зонах действия электрического поля промышленной частоты напряженностью до 5 кВ/м допускается в течение
1) 1 ч;
2) 2,5 ч;
3) 5 ч;
4) 8 ч;
5) неограниченно.

17. Время нахождения персонала в зонах действия электрического поля промышленной частоты напряженностью от 20 до 25 кВ/м не должно превышать:
1) 10 мин;
2) 0,5 ч;
3) 1 ч;
4) 8 ч;
5) не ограничено.

18. Значение напряженности электрического поля промышленной частоты, свыше которого в этой зоне не допускается пребывание персонала без

средств защиты, составляет
1) 25 кВ/м;
2) 25,5 кВ/м;
3) 26 кВ/м;
4) 27 кВ/м;
5) 30 кВ/м.

19. Значение напряженности электростатического поля на рабочем месте не должно в течение часа превышать
1) 25 кВ/м;
2) 40 кВ/м;
3) 50 кВ/м;
4) 60 кВ/м;
5) 75 кВ/м.

20. Шаговое напряжение снижается до нуля на расстоянии от заземлителя
1) 2,5–5 м;
2) 5–10 м;
3) 10–15 м;
4) 15–20 м;
5) более 20 м.

Типовые задачи:

1. Сила света, испускаемая элементом поверхности площадью 0,5 см^2 под углом 60° к нормали, составляет 0,25 кд. Найдите яркость поверхности.

2. Чему равны значение коэффициента отражения и средняя освещённость стены площадью 4 м^2, если на неё падает световой поток 600 лм, а отражается 150 лм.

3. Чему равен отражённый от стены площадью 5 м^2 световой поток, если освещённость составляет 200 лк, а значение коэффициента отражения равно 0,8?

4. Какова должна быть яркость объекта различения, чтобы его контраст с фоном был равен 0,4 при яркости фона 200 кд/м^2?

5. Чему равно значение коэффициента пульсаций светового потока, создаваемого светильником, если максимальное значение освещённости рабочей поверхности составляет 850 лк., а минимальное – 150 лк.

6. Освещённость на улице – 8000 лк. В помещении освещённость, создаваемая естественным светом – 100 лк. Определите значение коэффициента естественной освещённости.

7. Определите освещённость горизонтальной рабочей поверхности, которая создаётся двумя светильниками, подвешенными на высоте 3 м от её уровня так, что свет падает на поверхность под углом 60° к нормали, если сила света, испускаемая каждым из светильников в этом направлении равна 800 кд.

8. Определите минимальное значение освещённости рабочей по-

верхности, если значение коэффициент пульсации освещённости равно 20%, а среднее значение освещённости 500 лк.

9. Определите максимальное значения освещённости рабочей поверхности, если значение коэффициента пульсации освещённости равно 25%, а среднее значение освещённости 450 лк.

10. Уровень интенсивности звука 100 дБ. Определите соответствующее звуковое давление.

11. Уровень звукового давления 100 дБ, Определите соответствующую интенсивность звука.

12. Работают два одинаковых источника шума. Если их оба выключить, то уровень шума в помещении составит 60 дБ. Если оба включить, то уровень шума в помещении составит 65 дБ. Определите уровень шума в помещении, если включить только один источник.

13. Включено два одинаковых источников шума. При этом уровень шума в помещении 60 дБ. Определите уровень шума, если выключить один из источников.

14. В помещении включены три источника шума с уровнями шума соответственно 60, 60, 85 дБ. Определите общий уровень шума.

15. В помещении пять источников шума с уровнями шума соответственно 60, 60, 63, 66 и 69 дБ. Определите уровень шума при одновременном включении всех источников.

16. Интенсивность звука с одной стороны перегородки 0,1 Вт/м^2, а с другой – 0,01 Вт/м^2. Определите величину звукоизоляции перегородки.

17. На расстоянии 100 м от источника шума уровень шума составляет 80 дБ. Определите величину уровня шума на расстоянии 10 м от этого источника.

18. Интенсивность звука при работе одного источника шума 0,1 Вт/м^2, а при работе второго – 0,2 Вт/м^2. Определите уровень интенсивности звука при одновременной работе источников шума.

Тема 3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Гражданская оборона.

Типовые тестовые задания.

1. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях состоит из подсистем
1) федеральной и территориальной;
2) областных и районных;
3) городских и местных;
4) территориальной и функциональной;
5) объектовых и производственных.

2. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях имеет уровни управления:
1) федеральный, региональный, территориальный, местный, объектовый;
2) федеральный, региональный, областной, районный, городской;
3) городской, районный, местный, производственный, объектовый;

4) функциональный, территориальный, промышленный, бытовой, специальный;
5) ведомственный, межведомственный, вневедомственный, отраслевой федеральный.

3. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуациях при получении прогноза о возможности возникновения чрезвычайной ситуации функционирует в режиме
1) повседневной деятельности;
2) постоянной готовности;
3) повышенной готовности;
4) оперативном;
5) чрезвычайной ситуации.

4. При получении заблаговременного предупреждения о возможном возникновении стихийного бедствия необходимо
1) максимально быстро покинуть жилище и отойти от него на безопасное расстояние;
2) включить телевизор, радиоприемник, трансляцию и ждать дальнейших распоряжений и указаний;
3) открыть окна, двери и выйти на балкон;
4) отключить в жилище электричество, воду и газ;
5) плотно закрыть все окна и двери в жилище.

5. Во время урагана на открытой местности наиболее безопасным естественным местом для укрытия является
1) лесной массив;
2) отдельно стоящее большое дерево;
3) вершина холма;
4) большой камень;
5) углубление рельефа.

6. Для возникновения горения в общем случае необходимы
1) горючее и источник зажигания;
2) источник зажигания и окислитель;
3) горючее и окислитель;
4) горючее, окислитель и источник зажигания;
5) высокая температура, высокое давление воздуха и большое количество горючих газов.

7. Наиболее опасными при внешнем облучении организма человека являются источники
1) альфа- и бета-излучения;
2) бета- и гамма-излучения;
3) гамма- и нейтронное излучения;
4) нейтронное и альфа-излучения;

5) рентгеновское и бета-излучения.

8. При внутреннем облучении организма человека наиболее опасными являются источники
1) альфа-, бета- и гамма-излучения;
2) бета-, гамма- и рентгеновское излучения;
3) альфа-, гамма- и нейтронное излучения;
4) альфа-, бета- и нейтронное излучения;
5) рентгеновское, нейтронное и бета-излучения.

9. Наведенную активность в материалах создает
1) альфа-излучение;
2) бета-излучение;
3) нейтронное излучение;
4) гамма-излучение;
5) рентгеновское излучение.

10. Для удаления с объектов радиоактивных веществ необходимо провести
1) дегазацию;
2) дезактивацию;
3) дезинфекцию;
4) дератизацию;
5)детоксикацию.

11. Йодная профилактика в первые десять дней после радиационной аварии с выбросом радиоактивных веществ проводится с целью
1) профилактики инфекционных заболеваний;
2) защиты щитовидной железы;
3) предупреждения накопления радиоактивных веществ в костной ткани;
4) повышения иммунитета;
5) общего укрепления организма.

12. Распространяясь от района аварии облако зараженного аммиаком воздуха
1) расширяется в стороны, практически оставаясь на месте;
2) перемещается по ветру, прижимаясь к земле;
3) перемещается по ветру, поднимаясь вверх;
4) перемещается по ветру практически на одной высоте;
5) перемещается в соответствии со степенью вертикальной устойчивости атмосферы.

13. Для удаления с одежды, открытых участков кожи и средств индивидуальной защиты капель аварийно химически опасных веществ используется
1) индивидуальный противохимический пакет;
2) аптечка индивидуальная;
3) пакет перевязочный индивидуальный;

4) общевойсковой защитный комплект;
5) специальный защитный комплект.

14. С помощью сирен, а также прерывистых гудков промышленных предприятий и транспортных средств передается сигнал оповещения
1) «Радиационная опасность!»;
2) «Химическая опасность!»;
3) «Опасность!»;
4) «Внимание всем!»;
5) «Тревога!».

15. По принципу защитного действия средства защиты подразделяются на
1) коллективные и индивидуальные;
2) противорадиационные и противохимические;
3) универсальные и специализированные;
4) фильтрующие и изолирующие;
5) мирного и военного времени.

16. Основным поражающим фактором ядерного взрыва при воздействии на объекты является
1) световое излучение ядерного взрыва;
2) проникающая радиация;
3) электромагнитный импульс;
4) воздушная ударная волна;
5) радиоактивное загрязнение местности.

17. Основным поражающим фактором ядерного взрыва при воздействии на человека является
1) световое излучение ядерного взрыва;
2) проникающая радиация;
3) электромагнитный импульс;
4) воздушная ударная волна;
5) радиоактивное загрязнение местности.

18. При каждом семикратном увеличении времени, прошедшего с момента ядерного взрыва мощность дозы ионизирующего излучения снижается в
1) 2 раза;
2) 5 раз;
3) 10 раз;
4) 25 раз;
5) зависимости нет.

19. При однократном внешнем облучении всего тела человек не теряет трудоспособность, если величина дозы ионизирующего излучения не превышает значения
1) 5 рад;

2) 10 рад;
3) 25 рад;
4) 50 рад;
5) 75 рад.

20. Радиационные характеристики внешней границы зоны сильного радиоактивного загрязнения составляют
1) мощность дозы излучения 8 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва 40 рад;
2) мощность дозы излучения 80 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва 400 рад;
3) мощность дозы излучения 240 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва 1200 рад;
4) мощность дозы излучения 800 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва 4000 рад;
5) мощность дозы излучения более 800 рад/ч, доза излучения до полного распада продуктов взрыва более 4000 рад.

Типовые задачи:
1. В 100 бескаркасных зданиях из местного материала без фундамента, расположенных на песчаном грунте, проживает 100 000 человек. Населённый пункт оказался в зоне землетрясения магнитудой 7,0. Грунт окружающей местности – полускальный. Оцените последствия землетрясения в населённом пункте.
2. На расстоянии 500 км от берега в океане со средней глубиной 3,5 км произошло землетрясение магнитудой 8. На берегу с уклоном $1 \cdot 10^{-3}$ в 1,5 км от уреза воды расположен посёлок из кирпичных среднеэтажных зданий, железнодорожный узел и шоссейная дорога с асфальтовым покрытием. Оцените последствия цунами в районе расположения посёлка.
3. Посёлок состоит из 50 кирпичных малоэтажных зданий, в каждом из которых проживает 1000 человек. Оценить последствия урагана со скоростью ветра 30 м/с в посёлке.
4. Посёлок из малоэтажных деревянных зданий расположен на речном берегу высотой 5 м. Река имеет трапецеидальное русло шириной 100 м и глубиной 10 м, площадь водосбора составляет 500 км^2. Скорость течения реки 2 м/с, углы наклона берегов равные. Оценить последствия наводнения, обусловленного выпадением осадков интенсивностью 100 мм/ч, в посёлке.
5. На складе взрывчатых веществ хранится октоген в количестве 30 т. На расстоянии 100 м расположено промышленное здание смешанного типа размером 30х10х4 м с лёгким металлическим каркасом. В здании работают 30 человек, плотность персонала на территории промышленного здания составляет 1 тыс. чел./км^2. Для проживания персонала на расстоянии 500 м от склада выстроен посёлок из 20 многоэтажных кирпичных зданий, в каждом из которых находится 100 человек. Плотность людей на территории посёлка составляет 0,1 тыс. чел./км^2. Оцените обстановку при взрыве

всего запаса гексогена на складе.
6. На складе деревообрабатывающего предприятия произошло возгорание штабеля пиломатериалов размерами 8х6х2,5 м. В атмосферу выброшено 150 кг оксида углерода. Степень вертикальной устойчивости атмосферы инверсия, ветер устойчивый со скоростью 2 м/с. Рассчитайте безопасное расстояние от горящего штабеля для человека.
7. На железнодорожной станции города с населением 750 тыс. человек и плотностью населения 3 000 чел./км^2 в 03 ч 30 мин произошла авария с разрушением изотермической цистерны, содержащей 50 т аммиака. Метеоусловия: скорость ветра на высоте 10 м – 2 м/с, температура воздуха – плюс 20 °С, облачность отсутствует. Население города об аварии не оповещено. Оценить последствия химической аварии через 2 ч.
8. В 02.00 на атомной электростанции произошла запроектная авария ядерного энергетического реактора типа РБМК-1000 с выбросом радиоактивных веществ в атмосферу. Метеоусловия: скорость ветра на высоте 10 м – 1 м/с, облачность отсутствует. Определите размеры зон проведения защитных мероприятий по йодной профилактике населения, его укрытия и эвакуации.
9. В 02.00 на атомной электростанции произошла запроектная авария ядерного энергетического реактора типа РБМК-1000 с выбросом радиоактивных веществ в атмосферу. Доля выброшенной из реактора активности η – 50%. Метеоусловия: день, сплошная облачность, скорость ветра на высоте 10 м u_{10} составляет 2 м/с. На расстоянии 10 км от АЭС расположен объект экономики, на котором персонал в течение 7 ч находится в административных зданиях, а остальное время – в каменных пятиэтажных жилых домах. Определите радиационную обстановку на объекте экономики и предложите решение по защите персонала и населения.
10. Объект экономики расположен на расстоянии 10 км от плотины вниз по течению реки, высота месторасположения объекта 4 м. Высота уровня воды перед плотиной 20 м, гидравлический уклон реки $1 \cdot 10^{-3}$ м/км, глубина реки непосредственно за плотиной 2 м. Оцените состояние кирпичных малоэтажных зданий объекта экономики после разрушения плотины с образованием прорана с относительной шириной 0,5.

Тема 4. Управление безопасностью жизнедеятельности.

Типовые тестовые задания.

1. Основным законодательным актом, направленным на обеспечение экологической безопасности РФ является закон
1) «О недрах»;
2) «О защите прав потребителей»;
3) «О предприятиях и предпринимательской деятельности»;
4) «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера»;
5) «Об охране окружающей среды».

2. Общие для РФ организационно-правовые нормы в области защиты от природных и техногенных ЧС определяет закон
1) «О недрах»;
2) «О защите прав потребителей»;
3) «О предприятиях и предпринимательской деятельности»;
4) «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера»;
5) «Об охране окружающей среды».

3. Общие правовые, экономические и социальные основы обеспечения пожарной безопасности в РФ определяет закон
1) «О пожарной безопасности»;
2) «О защите прав потребителей»;
3) « О предприятиях и предпринимательской деятельности»;
4) «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера»;
5) «Об охране окружающей среды».

4. Правовые, экономические и социальные основы обеспечения промышленной безопасности опасных производственных объектов в РФ определяет закон
1) «О пожарной безопасности»;
2) «О промышленной безопасности опасных производственных объектов»;
3) «О радиационной безопасности»;
4) «О защите населения и территорий от ЧС природного и техногенного характера»;
5) «Об охране окружающей среды».

5. Система мониторинга окружающей среды состоит из ступеней
1) наблюдения, оценки состояния и защиты окружающей среды;
2) наблюдения, прогноза возможных изменений и охраны окружающей среды;
3) оценки состояния, прогноза возможных изменений и восстановления окружающей среды;
4) наблюдения, оценки состояния и прогноза возможных изменений окружающей среды;
5) наблюдения, оценки состояния и восстановления окружающей среды.

6. Первоочередной функцией системы управления охраной труда в отношении состояния охраны и условий труда является
1) оценка;
2) прогноз;
3) нормализация;
4) наблюдение;
5) контроль.

7. Оперативный контроль охраны труда на объекте экономики возложен на
1) федеральный горный и промышленный надзор РФ;
2) министерство труда и социального развития;
3) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
4) администрацию объекта экономики;
5) Рострудинспекцию.

8. Правильность устройства и безопасность эксплуатации подъемно-транспортных машин контролирует
1) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
2) государственный энергетический надзор;
3) государственный пожарный надзор;
4) федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору;
5) федеральный надзор по ядерной и радиационной безопасности.

9. Нормативно-правовое регулирование в сфере условий и охраны труда осуществляет
1) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
2) государственный энергетический надзор;
3) государственный пожарный надзор;
4) министерство здравоохранения и социального развития;
5) федеральный надзор по ядерной и радиационной безопасности.

10. Нормативно-правовое регулирование в сфере условий и охраны труда осуществляет
1) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
2) государственный энергетический надзор;
3) государственный пожарный надзор;
4) министерство здравоохранения и социального развития;
5) федеральный надзор по ядерной и радиационной безопасности.

11. Технический контроль и надзор в электроэнергетике осуществляет
1) министерство промышленности и энергетики Российской Федерации;
2) федеральная служба по надзору в сфере природопользования;
3) федеральное агентство по промышленности;
4) федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии;
5) федеральная служба по экологическому, технологическому и атомному надзору.

12. Несчастный случай считается групповым, если в результате него пострадало
1) два человека и более;
2) более трех человек;
3) не менее пяти человек;

4) треть рабочей смены;
5) более половины рабочей смены.

13. Минимальная численность комиссии по расследованию несчастного случая составляет
1) 2 человека;
2) 3 человека;
3) 4 человека;
4) 5 человек;
5) 7 человек.

14. Несчастный случай, если он не является групповым, не относится к категории тяжелых и не повлек смертельного исхода, расследуется в срок не более
1) 2 дней;
2) 3 дней;
3) 4 дней;
4) 5 дней;
5) 7 дней.

15. Пострадавший должен получить на руки один экземпляр акта расследования несчастного случая после его утверждения в срок не более
1) 1 дня;
2) 2 дней;
3) 3 дней;
4) 5 дней;
5) 7 дней.

16. Второй экземпляр акта о расследовании несчастного случая и материалы расследования хранится
1) 10 лет;
2) 25 лет;
3) 30 лет;
4) 45 лет;
5) 50 лет.

17. Контроль за выполнением установленного порядка расследования и учета несчастных случаев на производстве осуществляет
1) государственный санитарно-эпидемиологический надзор;
2) государственный энергетический надзор;
3) федеральная служба по труду и занятости;
4) федеральный горный и промышленный надзор;
5) федеральный надзор по ядерной и радиационной безопасности.

18. Отравления относятся к
1) механическим травмам;

2) химическим травмам;
3) термическим травмам;
4) электрическим травмам;
5) лучевым травмам.

19. Ожоги, в большинстве случаев, относятся к
1) механическим травмам;
2) химическим травмам;
3) термическим травмам;
4) электрическим травмам;
5) лучевым травмам.

20. Фибрилляция сердца относится к
1) механической травме;
2) химической травме;
3) термической травме;
4) электрической травме;
5) лучевой травме.

Типовые задачи:

1. Значение коэффициента частоты несчастных случаев на предприятии равен 16, а значение коэффициента тяжести – 3. Сколько человеко-дней будет потеряно, если на предприятии работает 400 человек?
2. Значение коэффициента частоты несчастных случаев на предприятии равен 10, а значение коэффициента тяжести – 3. Сколько человеко-дней будет потеряно, если на предприятии работает 300 человек?
3. В результате несчастных случаев на предприятии на больничном листе в течение года было 2 человека, один из которых проболел 12 рабочих дней, а другой – 10. Определите значения коэффициентов частоты и тяжести несчастных случаев, если на предприятии работает 400 человек.
4. В результате несчастных случаев на предприятии на больничном листе было 3 человека, один из которых проболел 10 рабочих дней, другой – 12, третий – 14. Определите значение интегральной оценки уровня производственного травматизма, если на производстве работает 400 человек.
5. В результате несчастных случаев на предприятии на больничном листе было 2 человека, один из которых один проболел 4 дня, а другой – 5 дней. Определите значение интегральной оценки уровня производственного травматизма, если на предприятии занято 200 человек.
6. На предприятии значение коэффициента частоты несчастных случаев равен 10. Суммарное количество дней временной нетрудоспособности равно 8. Определите значение коэффициента тяжести несчастных случаев, если на предприятии работает 400 человек.
7. В результате несчастных случаев на предприятии на больничном листе в течение года было 3 человека, один из которых проболел 5 рабочих дней, второй – 4, третий – 6. Определите значение интегральной оценки уровня

производственного травматизма, если на производстве занято 400 человек.
8. Значение коэффициента частоты несчастных случаев на предприятии равен 10, а значение коэффициента тяжести – 4. Сколько человеко-дней будет потеряно, если на предприятии работает 500 человек?

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: **Задание № 1** – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины (курса), а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; **Задание № 2** – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; **Задание № 3** – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (курса).	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: 1:0-30; 2:0-30; 3:0-40 **.** **«Зачтено»** **- 90 и более** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. Задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **- 70 и более баллов –** ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **- 50 и более баллов–** ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. Задание выполнено частично. «**Не зачтено»** **- Менее 50 баллов** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Какой закон является основным в вопросах обеспечения экологической безопасности?

2. Какие показатели устанавливаются санитарными правилами для определения качества компонентов окружающей среды?

3. Дайте определение термина «Рабочая зона».

4. Какие параметры нормируются в качестве параметров микроклимата рабочей зоны?

5. Какие факторы учитываются при назначении параметров микроклимата рабочей зоны?

6. При помощи каких устройств осуществляется организованная естественная вентиляция?

7. В чём заключается опасность стробоскопического эффекта?

8. Какое воздействие на организм человека оказываю сенсибилизирующие вредные вещества?

9. Какое воздействие на организм человека оказывают канцерогенные вредные вещества?

10. Какая вибрация оказывает на организм человека наиболее опасное воздействие?

11. К каким травмам по характеру воздействия относятся ушибы?

12. Как подразделяются средства защиты по принципу защитного действия?

13. Какой сигнал оповещения передаётся с помощью сирен и прерывистых гудков?

14. Какой поражающий фактор ядерного взрыва является основным при воздействии на объекты?

15. Какой поражающий фактор ядерного взрыва является основным при воздействии на человека?

16. Какое средство индивидуальной защиты применяется для удаления с объектов аварийно химических опасных веществ?

17. В каком диапазоне должно находиться наиболее благоприятное для человека значение относительной влажности?

18. Сколько времени работник должен непрерывно находиться на рабочем месте чтобы оно являлось постоянным?

19.К каким травмам по характеру воздействия относятся отравления?

20.К каким травмам по характеру воздействия чаще всего относятся ожоги?

21.Безопасность и экологичность технических систем.

22.Прогнозирование и оценка поражающих факторов чрезвычайных ситуаций.

23.Международное сотрудничество в области безопасности жизнедеятельности.

24.Критерии комфортности.

25.Устойчивость функционирования объектов экономики в чрезвычайных ситуациях

Задания 2 типа

1. На рабочем месте присутствует опасный производственный фактор. Может ли он стать причиной профессионального заболевания?

2. На рабочем месте присутствует вредный производственный фактор. Может ли он стать причиной травмы?

3. Вблизи от Вашего объекта экономики произошла авария транспортного средства, перевозящего хлор. В атмосферу произошел выброс газообразного хлора, облако зараженного воздуха движется по направлению Вашего объекта. Какие указания по размещению и подготовке помещений необходимо дать персоналу Вашего объекта?

4. Промышленные предприятия и транспортные средства передают сигнал оповещения в виде прерывистых гудков, включены сирены. Что означает этот сигнал и каковы должны быть Ваши действия по этому сигналу?

5. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся однократному внешнему облучению всего тела от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 16 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

6. Вблизи от Вашего объекта экономики произошла авария транспортного средства, перевозящего аммиак. В атмосферу произошел выброс газообразного хлора, облако зараженного воздуха движется по направле-

нию Вашего объекта. Какие указания по размещению и подготовке помещений необходимо дать персоналу Вашего объекта?

7. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся однократному внешнему облучению всего тела от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 116 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

8. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся многократному внешнему облучению всего тела в течение месяца от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 45 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

9. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся однократному внешнему облучению всего тела в течение месяца от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 120 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

10. В результате нарушения мер безопасности Ваш работник подвергся однократному внешнему облучению всего тела в течение месяца от источника ионизирующего излучения. По показанию индивидуального дозиметра доза облучения составила 100 рад. За тот же месяц доза однократного внешнего облучения всего тела не превышала 50 рад. Потеряет ли Ваш работник трудоспособность?

11. Оценить напряжённость труда студента на лекционном занятии.

12. Какова должна быть яркость объекта различения, чтобы его контраст с фоном был равен 0,4 при яркости фона 200 кд/м2?

13.Чему равен отражённый от стены площадью 5 м2 световой поток, если освещённость составляет 200 лк, а значение коэффициента отражения равно 0,8?

14. Освещённость на улице – 8000 лк. В помещении освещённость, создаваемая естественным светом – 100 лк. Определите значение коэффициента естественной освещённости.

15. Работают два одинаковых источника шума. Если их оба выключить, то уровень шума в помещении составит 60 дБ. Если оба включить, то уровень шума в помещении составит 65 дБ. Определите уровень шума в помещении, если включить только один источник.

16.Включено два одинаковых источников шума. При этом уровень шума в помещении 60 дБ. Определите уровень шума, если выключить один из источников.

17. Посёлок из малоэтажных деревянных зданий расположен на речном берегу высотой 5 м. Река имеет трапецеидальное русло шириной 100 м и глубиной 10 м, площадь водосбора составляет 500 км^2. Скорость течения реки 2 м/с, углы наклона берегов равные. Оценить последствия наводнения, обусловленного выпадением осадков интенсивностью 100 мм/ч, в посёлке.

18. На складе взрывчатых веществ хранится октоген в количестве 30 т. На расстоянии 100 м расположено промышленное здание смешанного типа размером 30х10х4 м с лёгким металлическим каркасом. В здании работают 30 человек, плотность персонала на территории промышленного здания составляет 1 тыс. чел./км^2. Для проживания персонала на расстоянии 500 м от склада выстроен посёлок из 20 многоэтажных кирпичных зданий, в каждом из которых находится 100 человек. Плотность людей на территории посёлка составляет 0,1 тыс. чел./км^2. Оцените обстановку при взрыве всего запаса гексогена на складе.

19. На складе деревообрабатывающего предприятия произошло возгорание штабеля пиломатериалов размерами 8х6х2,5 м. В атмосферу выброшено 150 кг оксида углерода. Степень вертикальной устойчивости атмосферы инверсия, ветер устойчивый со скоростью 2 м/с. Рассчитайте безопасное расстояние от горящего штабеля для человека.

20. Значение коэффициента частоты несчастных случаев на предприятии равен 10, а значение коэффициента тяжести – 3. Сколько человекодней будет потеряно, если на предприятии работает 300 человек?

21. В результате несчастных случаев на предприятии на больничном листе было 2 человека, один из которых один проболел 4 дня, а другой – 5 дней. Определите значение интегральной оценки уровня производственного травматизма, если на предприятии занято 200 человек.

22. Значение коэффициента частоты несчастных случаев на предприятии равен 10, а значение коэффициента тяжести – 4. Сколько человекодней будет потеряно, если на предприятии работает 500 человек?

23. В 02.00 на атомной электростанции произошла запроектная авария ядерного энергетического реактора типа РБМК-1000 с выбросом радиоактивных веществ в атмосферу. Метеоусловия: скорость ветра на высо-

те 10 м – 1 м/с, облачность отсутствует. Определите размеры зон проведения защитных мероприятий по йодной профилактике населения, его укрытия и эвакуации.

24. В 02.00 на атомной электростанции произошла запроектная авария ядерного энергетического реактора типа РБМК-1000 с выбросом радиоактивных веществ в атмосферу. Доля выброшенной из реактора активности η – 50%. Метеоусловия: день, сплошная облачность, скорость ветра на высоте 10 м u_{10} составляет 2 м/с. На расстоянии 10 км от АЭС расположен объект экономики, на котором персонал в течение 7 ч находится в административных зданиях, а остальное время – в каменных пятиэтажных жилых домах. Определите радиационную обстановку на объекте экономики и предложите решение по защите персонала и населения.

25. Объект экономики расположен на расстоянии 10 км от плотины вниз по течению реки, высота месторасположения объекта 4 м. Высота уровня воды перед плотиной 20 м, гидравлический уклон реки $1 \cdot 10^{-3}$ м/км, глубина реки непосредственно за плотиной 2 м. Оцените состояние кирпичных малоэтажных зданий объекта экономики после разрушения плотины с образованием прорана с относительной шириной 0,5.

Задания 3 типа

1. Внутри корпуса аппарата температура составляет 95 ^{O}C, а температура его наружной поверхности – 80 ^{O}C. На сколько градусов необходимо понизить температуру наружной поверхности аппарата, чтобы с ней мог соприкасаться оператор?

2. Внутри корпуса аппарата температура составляет 115 ^{O}C, а температура его наружной поверхности – 80 ^{O}C. На сколько градусов необходимо понизить температуру наружной поверхности аппарата, чтобы с ней мог соприкасаться оператор?

3. Внутри корпуса аппарата температура составляет 50 ^{O}C, а температура его наружной поверхности – 40 ^{O}C. На сколько градусов необходимо понизить температуру наружной поверхности аппарата, чтобы с ней мог соприкасаться оператор?

4. Рабочее место оператора размещено на расстоянии 0,5 м от ограждающего экрана, температура которого на 5 ^{O}C превышает оптимальную. На какое расстояние необходимо удалить экран, чтобы оператор мог оставаться на своём месте?

5. Значение напряжённости электромагнитного поля промышленной частоты на рабочих местах персонала составляет 5,5 кВ/м. На какую величину её необходимо уменьшить, чтобы персонал мог находиться на своих рабочих местах всю смену в 8 часов?

6. Уровень звукового давления в зоне размещения персонала, обеспеченного средствами индивидуальной защиты от шума составляет 100 дБА. Каков запас по уровню звукового давления, дБА, чтобы персонал мог оставаться в этой зоне?

7. Уровень звукового давления в зоне размещения оператора составляет 90 дБА. На сколько дБА необходимо понизить уровень звукового давления, чтобы оператор мог работать без средств индивидуальной защиты?

8. Уровень звукового давления в зоне размещения оператора составляет 90 дБА. На сколько дБА необходимо понизить уровень звукового давления, чтобы оператор мог работать без средств индивидуальной защиты?

9. Уровень звукового давления в зоне размещения оператора составляет 140 дБА. На сколько дБА необходимо понизить уровень звукового давления, чтобы оператор мог работать без средств индивидуальной защиты?

10. Уровень звукового давления в зоне размещения оператора составляет 145 дБА. На сколько дБА необходимо понизить уровень звукового давления, чтобы оператор мог работать в этой зоне, используя средства индивидуальной защиты?

11. Снаружи убежища мощность дозы ионизирующего излучения после ядерного взрыва составляет 1000 рад в час. Необходимое время для перемещения по радиоактивно загрязненной местности в безопасный район составляет 5 часов. Через какое время можно будет покинуть убежище и начать движение в безопасный район?

12. Снаружи убежища мощность дозы ионизирующего излучения после ядерного взрыва составляет 100 рад в час. Необходимое время для перемещения по радиоактивно загрязненной местности в безопасный район составляет 1 час. Через какое время можно будет покинуть убежище и начать движение в безопасный район?

13. Сколько времени должно пройти с момента ядерного взрыва для того, чтобы мощность дозы ионизирующего излучения снизилась в 100 раз?

14. Сколько времени должно пройти с момента ядерного взрыва для того, чтобы мощность дозы ионизирующего излучения снизилась в 10 раз?

15. Сколько времени должно пройти с момента ядерного взрыва для того, чтобы мощность дозы ионизирующего излучения снизилась в 1000 раз?

16. Вследствие радиационной аварии на АЭС произошло радиоактивное загрязнение района дислокации объекта экономики. На объекте экономики в течение недели проводится иодная профилактика. Сколько ещё времени должна продолжаться защита персонала?

17. Работа комиссии по расследованию одиночного несчастного случая без инвалидности и летального исхода продолжается в течение 2 суток. Сколько времени имеется в резерве у комиссии?

18. Работа комиссии по расследованию группового несчастного случая продолжается в течение 10 суток. В какой максимальный срок она должна выдать пострадавшим акты расследования этого происшествия?

19. В групповом несчастном случае пострадало 7 человек. Какое минимальное количество актов расследования этого происшествия должен утвердить руководитель объекта экономики?

20. В архиве объекта экономики 37 лет хранится второй экземпляр акта о расследовании несчастного случая. Через какое время его можно уничтожить установленным порядком?

Примерная тематика и содержание рефератов:

ТЕМА 1. БЖД. Основные понятия, термины, определения

Введение
1. БЖД: понятия, термины, определения
2. Среда обитания человека, переход от биосферы к техносфере
3.Теоретические основы и практические функции БЖД. Роль руководителя производственного процесса в обеспечении БЖД
Заключение

ТЕМА 2. Анатомо-физиологические механизмы безопасности и защиты человека от негативных факторов окружающей среды

Введение

1. Функции и строение нервной системы.
2. Значение органов чувств и анализаторов в обеспечении равновесия в системе «организм – среда»
3. Естественные системы защиты организма

Заключение

ТЕМА 3. Основы физиологии труда и комфортные условия жизнедеятельности

Введение

1. Классификация основных форм деятельности человека
2. Физиологические изменения в организме при работе.
3. Утомление и переутомление, их последствия.
4. Профилактика утомления и основные пути повышения эффективности трудовой деятельности человека.
5. Общие санитарно-технические требования к производственным помещениям и рабочим местам.
6. Вентиляция и кондиционирование воздуха.
7. Требования к освещению помещений и рабочих мест.
8. Эргономика и техническая эстетика

Заключение

ТЕМА 4. Влияние климатических условий на работоспособность и состояние здоровья человека. Комфортные условия жизнедеятельности

Введение

1. Механизмы теплообмена между человеком и окружающей средой.
2. Влияние климатических условий на состояние здоровья человека и его работоспособность.
3. Терморегуляция организма человека. Классификация производственного микроклимата. Теплообмен человека с окружающей средой.

Заключение

ТЕМА 5. Антропогенное воздействие на окружающую среду

Введение

1. Загрязнение атмосферы и их последствия
2. Загрязнения гидросферы и их последствия
3. Загрязнения литосферы и их последствия

Заключение

ТЕМА 6. Производственная среда и ее негативные факторы

Введение

1. Негативные факторы производственной среды
2. Воздействие на организм человека вредных веществ

3. Негативное воздействие вибрации и акустических колебаний
4. Негативное воздействие магнитного поля, электрического тока, ионизирующего излучения
Заключение

ТЕМА 7. Причины возникновения и классификация чрезвычайных ситуаций (ЧС)

Введение
1. Виды и характеристики источников ЧС. Поражающие факторы источников ЧС
2. Источники возникновения ЧС. Характеристика стихийных бедствий
3. Правила поведения и действия населения при некоторых стихийных бедствиях
4. Опасности военного характера и присущие им особенности.
5. Поражающие факторы ядерного, химического, бактериологического и обычного оружия
Заключение

ТЕМА 8. Социальные опасности и их характеристика.

Введение
1. Классификация социальных опасностей, их причины. Характеристика социальных опасностей
2. Краткая характеристика терроризма
3. Безопасность жизнедеятельности человека показатель цивилизованности общества
Заключение

ТЕМА 9. Аварии на атомных электростанциях

Введение
1. Аварии на атомных электростанциях и их характеристика
2. Классификация систем безопасности. Воздействие АЭС на окружающую среду
3. Характеристика радиационной катастрофы на Чернобыльской АЭС
Заключение

ТЕМА 10. Характеристика очагов поражения при авариях на химических объектах

Введение
1. Классификация химически опасных объектов (ХОО) и активных химических отравляющих веществ (АХОВ)
2. Организация ликвидации последствий при авариях на химических предприятиях.
3. Сильнодействующие ядовитые вещества, применяемые на предприятиях Крыма.
Заключение

ТЕМА 11. транспортные аварии и катастрофы и их характеристика

Введение
1. Авиационные катастрофы
2. Автотранспортные аварии
3. Аварии на морском и речном транспорте
4. Катастрофы на железных дорогах
Заключение

ТЕМА 12. Защита населения в чрезвычайных ситуациях

Введение
1. Основные принципы и способы защиты населения в чрезвычайных ситуациях
2. Защитные сооружения и их характеристика
3. Индивидуальные средства защиты, классификация, характеристика
Заключение

ТЕМА 13. Последовательность проведения мероприятий помощи населению в зоне действия и очага поражения

Введение
1. Основы организации спасательных и неотложных работ.
2. Спасательные работы при радиационном и химическом заражениях.
3. Борьба с лесными и торфяными пожарами.
Заключение

ТЕМА 14. Планирование мероприятий по оказанию помощи и жизнеобеспечению населения при чрезвычайных ситуациях

Введение
1. Силы Гражданской защиты РФ.
2. Организация и проведение спасательных работ в чрезвычайных ситуациях
3. Спасательные работы при радиационном и химическом заражении.
Заключение

ТЕМА 15. Стойкость работы промышленных объектов в чрезвычайных ситуациях

Введение
1. Организация и проведение исследований для оценки устойчивости объектов в условиях чрезвычайных ситуаций.
2. Факторы, влияющие на устойчивость работы объектов
3. Пути и способы повышения устойчивости объектов хозяйствования
Заключение

ТЕМА 16. Правовые, нормативно-правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности

Введение
1. Нормативные правовые акты по обеспечению безопасности жизнедеятельности.

2. Министерство РФ по вопросам ЧС.
3. Правовые нормы по введению ЧС. Механизм действия права в условиях чрезвычайных ситуаций.
4. Гражданская защита в РФ.
Заключение

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык (английский)»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4

III. Тематический план.....7

IV. Содержание дисциплины.....10

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....12

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....19

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....20

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык (Английский язык)» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г № 963.

Дисциплина «Иностранный язык (Английский язык)» направлена на изучение иностранного языка как целостной системы, состоящей из грамматических структур и лексического наполнения. Дисциплина развивает практические навыки владения иностранным языком в сфере общей коммуникации, а также для делового и профессионального общения.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 и 2 семестрах

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование коммуникативной компетенции обучающихся в двух ее составляющих: общей коммуникативной компетенции как части социальной компетенции студента и профессиональной коммуникативной компетенции. Формирование общей коммуникативной компетенции обеспечивает социальную компетенцию выпускника как способность и готовность осуществлять речевую деятельность средствами английского языка в большинстве стандартных ситуаций общения. Формирование профессиональной коммуникативной компетенции подчинено цели подготовки бакалавра и обеспечивает способность и готовность осуществлять речевую деятельность на английском языке в профессиональных ситуациях общения.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания, умения и практический опыт применения современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности, используя иностранный язык в своей специальности: понимать оригинальную монологическую и диалогическую речь, вести беседу и демонстрировать коммуникативные умения при непосредственном общении в деловой среде; вести поиск иноязычной информации на заслуживающих доверия сайтах

- сформировать понятие языка как системы: знать нормы правила функционирования языковых единиц разных уровней, базовую и дополни-

тельную лексику, грамматический минимум в объеме, необходимом для эффективной коммуникации в сфере профессиональной деятельности;

- сформировать знание основных норм, функциональных стилей, аспектов взаимодействия в деловой среде на языке коммуникации
- приобрести практический опыт адекватного реагирования в ситуациях бытового, академического и профессионального общения;
- научиться правильно, непротиворечиво и аргументировано строить устную и письменную речь, применяя в практической деятельности основные коммуникативные формулы и клише для практического осуществления групповой коммуникации на иностранном языке;

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	**УК-4**	**УК-4.1** Умеет правильно, непротиворечиво и аргументировано строить устную и письменную речь	лексико-грамматический минимум в объеме, необходимом для работы с иноязычными текстами в процессе профессиональной деятельности и практического осуществления деловой коммуникации на иностранном языке; стратегии речевого этикета, необходимые для коммуникации в деловой среде	вести беседу на иностранном языке в рамках профессиональной деятельности; свободно выражать свои мысли и использовать этикетные формулы в условиях письменной и устной деловой коммуникации на иностранном языке;	составления стандартных для профессиональной деятельности текстов на иностранном языке и перевода специальных текстов с иностранного языка на родной;	Контактная работа: Практические занятия Самостоятельная работа
		УК-4.2 Владеет навыками создания и анализа устной и письменной дело-	различия между стандартами формальной и неформальной	понимать, анализировать и структурировать информацию на иностранном	деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном	

		вой речи с позиции коммуникативной эффективности	деловой коммуникации на ИЯ в устной и письменной формах в условиях профессиональной деятельности, формы и правила академического и профессионального письма, необходимые для составления и редактирования текстов профессиональной направленности.	языке, необходимую для профессиональной деятельности, ; составлять краткий обзор и резюме иноязычного текста профессиональной тематики; выбирать адекватные цели профессиональной коммуникации языковые формы, анализировать их структурные и функциональные особенности, корректировать их в соответствии с принятыми национальными стандартами делового общения.	языке для решения задач профессионального взаимодействия	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
	Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
		Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Тема 1. Личная информация. Моя семья и друзья. Мой рабочий день.		8							8	Доклад-презентация / 20
Тема 2 Мой город, страна, мир. Где пообедать, отдохнуть, встретиться с друзьями		8							8	Доклад-презентация / 20
Тема 3. . Работа и досуг. Деловая и туристическая поездка		10							10	Реферат /20
Тема 4. . Мои планы и воспоминания.		10							10	Эссе/20 Тест /20
Всего:		**38**							**34**	**100**

Контроль, час/сем.	**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	

Тема 5. Жизнь в большом городе . Транспорт. Столица страны изучаемого языка		10							8	Доклад-презентация /20

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
	Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
		Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Тема 6. . Знакомство с миром искусства. Культурные связи со страной изучаемого языка.		10							10	Реферат/20
Тема 7. *Деловая встреча, и вью в разных культ*		6							12	Доклад-презентация /20
Тема 8. *Типы деловой переписки. Жизнь в глобальном мире..*		6							10	Доклад-презентация /20 Тест /20
Всего:		**32**							**40**	**100**

0	**зачет**
72	
2	

Всего:		**70**							**74**	**2*100**

0	**зачет (2)**
144	
4	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Личная информация. Моя семья и друзья. Мой рабочий день. Специфика артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в английском языке; основные особенности полного стиля произношения, характерные для сферы профессиональной коммуникации. Порядок слов в английском предложении. To be. Указательные и вопросительные местоимения. *Персональные данные. (PERSONAL INFORMATION).*Образование и употребление настоящего продолженного времени. Местоимения. Безличные предложения *Приглашаем друзей. (INVITE YOUR FRIENDS).*Образование и употребление простого прошедшего времени. Неправильные глаголы. Степени сравнения прилагательных.*В кругу семьи. (FAMILY CIRCLE).*Образование и употребление настоящего совершенного времени.

Тема 2. Мой город, страна, мир. Где пообедать, отдохнуть, встретиться с друзьями.
*За что я люблю этот город. (WHY I LOVE THIS CITY).*Образование и употребление простого будущего времени. Придаточные предложения условия и времени.*Письмо из Голден-Бич. (A LETTER FROM GOLDEN BEACH).*Образование и употребление прошедшего продолженного времени. Модальные глаголы (can, may, must и их эквиваленты).

Тема 3. Работа и досуг. Деловая и туристическая поездка (WORK AND LEISURE).Образование и употребление прошедшего продолженного времени. Модальные глаголы (can, may, must и их эквиваленты). ***Деловая поездка. (A BUSINESS TRIP).***Прошедшее совершенное время. Значение и употребление.

Тема4. Мои планы и воспоминания
Воспоминания. (LET ME REMEMBER).Прошедшее совершенное время. Значение и употребление
*Обычный день. (A TYPICAL DAY).*Образование и употребление простого будущего времени. Придаточные предложения условия и времени. *Где пообедать. (WHERE WOULD YOU LIKE TO EAT?).*Образование и употребление простого будущего времени. Придаточные предложения условия и времени..

Тема 5.Жизнь в большом городе . Транспорт. Столица страны изучаемого языка
Движение транспорта. (TOO MUCH TRAFFIC).
Грамматика: Образование и употребление страдательного залога

Тема 6. Знакомство с миром искусства. Культурные связи со

страной изучаемого языка.

Страдательный залог простых времен. ***(ENTER THE WORLD OF ARTS).***

Тема 7. Деловая встреча, интервью в разных культурах

Интервью. (INTERVIEWS, INTERVIEWS).

Образование и употребление прошедшего совершенного и продолженного времени в активном и пассивном залоге. Согласование времен.

Тема 8.Типы деловой переписки. Жизнь в глобальном мире.

Первые впечатления. (FIRST IMPRESSIONS). Нормы делового этикета в деловой коммуникации.

Грамматика: Модальные глаголы should / ought.

Сослагательное наклонение. Типы условных предложений.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Методические указания для обучающихся по подготовке эссе

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист
2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргу-

ментации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Методические указания для обучающихся по подготовке реферата

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самост. работы**	**Учебно-методическое обеспечение**	**Форма контроля**
Тема 1. Личная ин-	*Образование и употребление настояще-*	Работа в библиотеке,	Литература к теме 1	Доклад-презентация

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
формация. Моя семья и друзья. Мой рабочий день	*го продолженного времени. Местоимения. Безличные предложения*	включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации		
Тема 2 *Мой город, страна, мир. Где пообедать, отдохнуть, встретиться с друзьями.*	Упражнения: Прошедшее продолженное время. Исчисляемые и неисчисляемые существительные. Модальные глаголы Лексика по теме «Приглашаем друзей», чтение и перевод текста,	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 2	Доклад-презентация
Тема 3. *Работа и досуг. Деловая и туристическая поездка*	Лексика по теме «Письмо из Голден-Бич», чтение и перевод текс та, подготовка ведения диалога на тему. Упражнения: Прошедшее продолженное время. Исчисляемые и неисчисляемые существительные. Модальные глаголы	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка реферата	Литература к теме 3 , работа с интернет источниками	Реферат
Тема 4 *Мои планы и воспоминания*	Упражнения: Придаточные условия и времени, будущее время.	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка к тесту	Литература к теме 4	Эссе Тест
Тема 5 Жизнь в большом городе . Транспорт. Столица страны изучаемого языка	Лексика по теме «За что я люблю этот город», правила проведения презентации (вступление). Упражнения: Настоящее совершенное. Предлоги времени.	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 5, работа с интернет источниками	Доклад-презентация
Тема 6 Знакомство с миром искусства. Культурные связи со стра-	.Лексика по теме «Знакомство с миром искусства», чтение и перевод текс та, Упражнения: Простые времена Страдатель-	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений.	Литература к теме 6, работа с интернет источниками	Реферат

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
ной изучаемого языка.	ного залога.	Подготовка реферата		
Тема 7. *Деловая встреча, интервью в разных культурах.*	Упражнения: Придаточные условия и времени, будущее время. Лексика по теме «Работа и досуг», чтение и перевод текста, Лексика по теме «Интервью», чтение и перевод текс та,	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 7, работа с интернет источниками	Доклад-презентация
Тема 8. *Типы деловой переписки. Жизнь в глобальном мире..*	Упражнения: Прошедшее совершенное и Прошедшее совершенное и продолженное. Согласование времен	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 8	Доклад-презентация Тест

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Богатырёва, М.А. Учебник английского языка: для неязыковых гуманитарных вузов. Начальный этап обучения : [16+] / М.А. Богатырёва. – 3-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2017. – 637 с. – (Библиотека студента). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru (дата обращения: 08.04.2020).

2. Гуревич, В.В. Практическая грамматика английского языка: упражнения и комментарии : [12+] / В.В. Гуревич. – 12-е изд. – Москва : Флинта, 2017. – 292 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru

Дополнительная литература

1. Шляхова, В. А. Английский язык для экономистов=English for economists : учебник / В. А. Шляхова, О. Н. Герасина, Ю. А. Герасина. – Москва: Дашков и К°, 2020.-296 с. https://biblioclub.ru

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
	Основные учебные материалы	
1.	Официальный сайт Британского совета.	http://www.britishcouncil.com
2.	Официальный сайт газеты “FinancialTimes”.	http://www.ft.com
3.	Официальный сайт газеты “FinancialTimes”(подкасты).	http://www.podcast.ft.com
4.	Официальный сайт газеты “FinancialTimes”(видео).	http://www.video.ft.com
5.	Официальный сайт BBC.	http://www.bbc.com.uk
6.	Официальный сайт BBC (подкасты).	http://www.bbc.co.uk/podcasts
7.	Официальный сайт BBC (новости).	http://www.bbc.co.uk/news
8.	Статьи по архитектуре	http://www.projectsmart.co.uk/how-to-manage-your-boss-five-tips-for-managing-up.html
9.	Статьи по архитектуре	http://www.businessballs.com/brainstorming.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе

комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Доклад-презентация	. 20-15 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понима-

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		ния, грамотное использование специальной терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; 14-5 – не корректное оформление презентации, грамотное использование специальной терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; 4-1 – отсутствие презентации, докладчик испытывал затруднения при выступлении и ответе на вопросы в ходе дискуссии
2.	Реферат	20-15 – грамотное использование специальной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 14-5 – грамотное использование специальной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 4-1 – грамотное использование специальной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.
3.	Эссе	20-15 – грамотное использование специальной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 14-5– грамотное использование специальной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 4-1 – грамотное использование специальной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Примерные темы эссе:</u>

1. Making friends.
2. About myself.
3. Talking about jobs.
4. At the conference.
5. Inviting your friends.
6. Education in UK. Oxbridge.
7. My family.
8. How people look.
9. My hometown.

10.Places to live and work.
11.Making arrangements.
12.My favorite weather.
13.Interesting facts about Scotland.
14.My working day.
15.My habits.

Примерные темы рефератов

1. Экономическая система Соединенных Штатов
2. История экономики Европы
3. История российской экономики
4. Ценообразование
5. Инвестиции
6. Преимущества и недостатки корпораций
7. Умение принимать решения главная составляющая успешного управления
8. Роль менеджера
9. Маркетинговая стратегия
10. Спрос и предложение
11. Роль правительства в экономике
12. Поиск и подача заявления на работу
13. Проблемы окружающей среды
14. Маркетинговые исследования

Примерные темы докладов и презентаций:

1. Daily routines around the world.
2. Daily routines in your culture.
3. My favorite restaurant.
4. Eating traditions around the world.
5. Talking about business
6. My time off.
7. Business trip.
8. Getting around.
9. British business etiquette.
10. American Business Etiquette.
11. World media.
12. Interviews.
13. People at the office
14. International business and cooperation
15. world Currencies

Типовой тест.

1. What is the name of that picture which you … on the wall.

a) look at

b) is looking at
c) look
d) are looking at
2. Next time you … to my house, you must bring that biblioclub.
a) come
b) coming
c) is coming
d) are coming
3. … by air because the cost of flying is very high.
a) I do not often travel
b) I will often travelling
c) I am not often travelling
d) I will not often travelling
4. Why … late every time we arrange to meet?
a) is he
b) he is
c) is he being
d) he is being
5. I … her every day and she never says hello to me.
a) see
b) seeing
c) am seeing
d) will see
6. Later tonight I … my uncle, who is ill in hospital.
a) visiting
b) visit
c) am visiting
d) are visiting
7. … to see that film that is on at the cinema next week?
a) Do you go
b) Is you going
c) Are you going
d) Do you going
8. … every single thing which that man says?
a) Do you believe
b) Do you believing
c) Is you believing
d) Are you believing
9. Sometimes I … what the teacher says to me.
a) do not understanding
b) do not understand
c) am not understanding
d) understand not
10. I … to remember your name but I'm afraid I can't remember it.
a) try
b) trying

c) am trying
d) will trying
11. I've … you not to do that many times before.
a) told
b) saying
c) says
d) said
12. I dare … you're right.
a) tell
b) told
c) tells
d) say
13. Now that would be … but my lips are sealed.
a) told
b) saying
c) telling
d) said
14. That … , they walked out of the room in total silence.
a) told
b) said
c) telling
d) saying
15. I'm afraid I can't … for sure but I think it's safe.
a) said
b) says
c) say
d) telling
16. You shouldn't take any notice of that because it's only hear … .
a) telling
b) says
c) tells
d) say
17. That's what people are always … .
a) say
b) said
c) telling
d) saying
18. What I … and what I do are not necessarily the same.
a) said
b) saying
c) say
d) tell
19. It's no good trying to persuade me because I'm not … a word.
a) tells
b) saying
c) telling

d) told
20. … us that story again!
a) Say
b) Tell
c) Tells
d) Says

Типовые задания к семинару:
Задание 1.

I. Прочитайте и письменно переведите оригинальный текст с английского на русский язык.

A traveller who had been riding in the rain and was wet through, arrived at a small hotel in the country. There was only one fireplace in the hall and a lot of people around it. The traveller thought of a plan how to get warm. He asked the hotel owner to take some fish to his horse. The hotel owner was surprised but the traveller insisted and the hotel owner did as he was asked. All the people rushed out to see the horse eat fish. The traveller had the fireplace all to himself and felt comfortable. When the hotel owner returned he said, "I was sure horses do not eat fish."— "Then why did you take it to my horse?"

Вопросы:

1. Why did the hotel owner try to feed the horse with fish?
2. Why did the traveller ask him to do it?

II. Поставьте вопрос к подчеркнутому члену предложения.

The traveller thought of a plan how to get warm.

III. Раскройте скобки, употребив правильную глагольную форму.

Once John Smith and his wife Mary who (1 — live) in a small house in the mountains, (2 — find) a dog. Though the dog (3 — be) weak and hungry, he (4 — not eat) anything in the presence of his new masters. Several days later the dog (5 — disappear). John and Mary (6 — leave) alone. But one day when Smith (7 — travel) in a train, he (8 — see) his dog running along the road. He (9 — get) off the train at the next station, (10 — buy) a piece of meat, (11 — catch) the dog and (12— bring) him home again. There the dog (13 — tie) up for a week.

The dog (14— escape) several times and each time he (15— run) north. At last the dog (16 — decide) to stay at the cottage but a long time (17 — pass) before Smith and his wife (18 — can) touch him. They (19 - call) him Wolf.

One summer a stranger (20 — come) to the cottage. As soon as the dog (21 — see) him, he (22— rush) to the stranger and (23 — lick) his hands. Then the stranger (24 - say): "His name (25 - be) not Wolf. It (26 - be) Brown. He (27 - be) my dog." Mary (28 - ask) to leave the dog with them. But the stranger (29 — refuse) and (30 — say) that the dog (31 — must) decide it himself. "I (32 — say) goodbye and (33 — go) away. If he (34 — want) to stay, let him stay." For some time Wolf (35 — watch) the man go. Then he (36 — rush) after him and (37 - try) to stop him. Then the dog (38 - run) back to Smith and his wife (39 - try) to drag Smith after the stranger. He (40 – want) to be at the same time with

the old and the new master. Finally the dog (41 — lie) down at the feet of Smith. Mary (42 — be) happy.

IV. Выберите правильный вариант.

1.I... glasses since I was a child,
a) wear, b) wore, c) am wearing, d) have been wearing.
2. When the phone rang, I... dinner.
a) cook, b) was cooking, c) had been cooking, d) have been cooking.
3. He usually had dinner at 4 p.m., ... ?
a) had he, b) hadn't he, c) did he, d) didn't he.
4. He works ... and makes good progress.
a) hard, b) hardly, c) good, d) badly.
5. He reminds me ... someone I knew in the army.
a) of, b) to, c) from, d) about.
6. Mary is here. Where are ... ?
a) other, b) others, c) the others, d) another.
7. What ... bad weather we are having today!
a) the, b) a, c) an, d) — .
8. Did you read ... English biblioclubs at school?
a) some, b) many, c) much, d) none.
9. I want to know what ...,
a) are you doing, b) were you doing, c) will you do, d) you are doing.
10. I've made ... mistakes now than I made last time.
a) few, b) a few, c) fewer, d) less.
11. Can ... of you help me?
a) some, b) any, c) somebody, d) anybody.
12. This translation is twice as ....
a) easy, b) easier, c) the easiest, d) much easier.
13. We ... two compositions this month.
a) write, b) wrote, c) were writing, d) have written.
14. I had a feeling that somebody ... there before.
a) is, b) was, c) has been, d) had been.
15. She won't see him ... he phones her.
a) except, b) after, c) unless, d) because.
16. ... only one theatre and two cinemas in this city ten years ago.
a) there is, b) there was, c) there are, d) there were.
17. My watch....
a) stops, b) has stopped, c) have stopped, d) stop.
18. Do you know when he ... ?
a) comes, b) will come, c) shall come, d) come.
19. I don't have any pets. Neither ....
a) she does, b) does she, c) is she, d) does she have.
20. His parents didn't let him ... TV late.
a) to watch, b) watch, c) watching, d) watched.

V. Переведите на английский язык.

1. Москва была основана Юрием Долгоруким.
2. Небо темное, может пойти дождь.

3. Мы не знали, что он собирается нас навестить.
4. Кто знает прогноз погоды на завтра?
5. Нам не пришлось долго ждать их.

VI. Выберите правильный ответ.

1. What's the name of the most famous clock in Britain?
a) Big Albert, b) Big Stephen, c) Big Wren, d) Big Ben.
2. What's tartan?
a) a dish, b) a pattern of the kilt, c) a bird, d) a dance.
3. Where is Glasgow situated?
a) in Scotland, b) in Wales, c) in England, d) in Northern Ireland.
4. What's the name of the London underground?
a) Metro, b) Tube, c) Subway, d) Underground,
5. What is the nickname of the Liberal Party?

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Информационная безопасность и защита информации» проводится в форме зачета

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

1 семестр

Задания 1 типа.

Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющие оценить степень владения студента принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними

1. Личные, указательные и притяжательные местоимения.
2. Глагол to be. Простое предложение. Общий вопрос.
3. Исчисляемые и неисчисляемые существительные.
4. Понятие артикля. Определенный и неопределенный артикль.
5. Имя прилагательное. Место прилагательного в предложении.
6. Предлоги from, in для выражения падежных отношений.
7. Имя существительное. Множественное число существительных.
8. Предлоги места on, near, at, under, below, above.
9. Повелительное наклонение.
10. Типы вопросов. Разделительный вопрос.
11. Глагол to have (got).
12. Неопределенные местоимения some, any , no, all.
13. Типы вопросов. Альтернативный вопрос.
14. Притяжательный падеж имен существительных.
15. Структура простого утвердительного, отрицательного, вопросительного предложения.
16. Простые неличные формы глагола: Participle I (Present Participle).
17. Простые неличные формы глагола: Participle II (Past Participle).
18. Безличные и неопределенно-личные предложения.
19. Употребление оборотов There is/There are.
20. Образование и употребление Present Simple.
21. Образование и употребление Present Continuous.
22. Образование и употребление Past Simple.
23. Образование и употребление Past Continuous.
24. Модальные глаголы.
25. Образование и употребление Future Simple.

Задания 2 типа.

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучаемых выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

1. Сравнение употребления Present Simple и Present Continuous и приведите примеры
2. Проанализируйте Present Continuous глаголы действия и состояния. Приведите примеры
3. Сопоставьте способы выражения будущего времени и приведите примеры .
4. Сравнить употребление Past Simple и Past Continuous и приведите примеры .
5. Сравнить употребление определенного и неопределенного артиклей и приведите примеры .
6. Сравнить согласование времен в разных типах сложных предложений. Приведите примеры .
7. Проанализируйте конструкции. Приведите примеры .
8. Сравнить употребление Active и Passive voice и приведите примеры .
9. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры .
10. Сравните употребление Conditionals 0, 1, 2 и 3. Приведите примеры .
11. Сравнить употребление герундия и инфинитива и приведите примеры .
12. Сравните употребление модальных глаголов и приведите примеры.
13. Сопоставьте употребление артиклей в названиях стран, национальностей, жителей страны и языков. Приведите примеры
14. Проанализируйте употребление артиклей с уникальными существительными. Приведите примеры .
15. Сравнение употребления Past Simple и Present Perfect. Приведите примеры.
16. Сравните употребления Present Perfect и Present Perfect Continuous и приведите примеры .
17. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры.
18. Сравните употребление Participle I и Participle II и приведите примеры .
19. Предлоги, выражающие временные отношения. Приведите примеры .

20. Обобщите предлоги, выражающие пространственные отношения. Приведите примеры.

21. Рассмотрите Возвратные местоимения. Приведите примеры

22. Сравните употребление притяжательных местоимений и абсолютной формы притяжательных местоимений. Приведите примеры .

23. Обобщите Личные местоимения. Приведите примеры

24. Сослагательное наклонение. Приведите примеры

25. Употребление глагола Have и конструкции Have got. Сравните.

Задания 3 типа

Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

Задание №1.

Read and translate the text.

The State Tretyakov Gallery is one of the best-known art galleries in Russia. It takes its name from Pavel Tretyakov, a Moscow merchant. In the 19th century Tretyakov collected Russian paintings. He visited all the exhibitions and art studios and bought the best pictures. In 1881 Tretyakov opened his collection in St. Petersburg to the public, 11 years later he donated it to the city of Moscow. Since then the gallery has received hundreds of paintings from other museums and private collections. The Tretyakov Gallery reflects the whole history of Russian paintings from the 11th century to the present day. Every year the Tretyakov Gallery attracts millions of visitors. It's considered to be not only an art gallery, but also a large cultural and educational center.

Задание №2.

Read the sentences. Answer the question.

Eating the sushi

Pick the sushi up and dip it fish-side down in the soy sauce. Do not put the rice into the sauce, this will make it too wet and difficult to eat. Put the sushi in your mouth fish-side down too, as it is the flavour of the fish, not the rice, that you want to taste first. You should really eat the sushi piece in one go, or maybe two. Try not to leave any food on your plate. It is considered especially rude to leave rice.

In how many bites should you eat sushi?

Задание№3.

Read the text and finish the sentence.

The story of the Fair Trade movement goes back to 1988, when a Dutch development agency first imported coffee from Mexico under the brand name Max Havelaar, and sold it in supermarkets. The idea was to allow the production of the coffee to get a fairer share of the profit its sales generated, something which conventional trade wasn't doing.
Since then, the Fair Trade movement has grown, and now gives wealthy consumers around the world a way to reduce poverty and provide economic stability in developing countries.

The company's idea is to …

Задание№4.
Fill in the gaps.
-My name ___ Philip.
-Hi! Nice to ___ you!
-How ___ are you?
-I ___ twenty.
-Where ___ you from?
-I ___ from Russia.

Задание№5.
Match the first part of the compound word to the second part

1	over	a	card
2	chewing	b	height
3	credit	c	phone
3	medium-	d	gum

2 семестр

Задания 1 типа.

Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющие оценить степень владения студента принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними

1. Образование и употребление Present Simple.
2. Образование и употребление Present Continuous.
3. Наречия a lot, many, much, few, a few.
4. Порядковые и количественные числительные.
5. Предлоги места next to, between, opposite, behind, in front of.
6. Типы вопросов. Специальные вопросы.
7. Предлоги времени at, on, in.
8. Именные придаточные предложения.
9. Образование и употребление Present Perfect.
10. Имя прилагательное. Степени сравнения прилагательных.
11. Образование и употребление Past Perfect.
12. Косвенная речь.
13. Страдательный залог.
14. Употребление герундия и инфинитива.
15. Причастия, деепричастия, отглагольные прилагательные (complex subject).
16. Сложное дополнение (complex object).
17. Употребление глаголов Do и Make.
18. Употребление глаголов Say и Tell.
19. Согласование времен.
20. Образование и употребление Present Perfect Continuous.
21. Порядок слов. Инверсия.
22. Притяжательный падеж имен существительных.
23. Структура простого утвердительного, отрицательного, вопросительного предложения.
24. Модальные глаголы.
25. Образование и употребление Future Simple.

Задания 2 типа.

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявле-

ние способности обучаемых выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

1. Сравните употребление Present Simple и Present Continuous.
2. Назовите способы выражения будущего времени и приведите примеры .
3. Сравните употребление Past Simple и Past Continuous.
4. Сравнить употребление определенного и неопределенного артиклей и приведите примеры .
5. Сравните употребление наречий a lot, many, much, few, a few. Приведите примеры.
6. Сравните употребление предлогов места next to, between, opposite, behind, in front of. Приведите примеры.
7. Сравнить употребление Active и Passive voice и приведите примеры .
8. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры .
9. Сравните употребление Conditionals 0, 1, 2 и 3. Приведите примеры .
10. Сравнить употребление герундия и инфинитива и приведите примеры .
11. Сравните употребление модальных глаголов и приведите примеры.
12. Употребление артиклей в названиях стран, национальностей, жителей страны и языков. Приведите примеры
13. Употребление артиклей с уникальными существительными. Приведите примеры .
14. Сравнение употребления Past Simple и Present Perfect. Приведите примеры.
15. Сравните употребления Present Perfect и Present Perfect Continuous и приведите примеры .
16. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры.
17. Сравните употребление Participle I и Participle II и приведите примеры .
18. Сравните употребление глаголов Do и Make.
19. Сравните употребление глаголов Say и Tell.
20. Возвратные местоимения. Приведите примеры
21. Сравните употребление притяжательных местоимений и абсолютной формы притяжательных местоимений. Приведите примеры .
22. Личные местоимения. Приведите примеры
23. Сослагательное наклонение. Приведите примеры
24. Употребление глагола Have и конструкции Have got. Сравните.

25. Сравните употребление модальных глаголов. Приведите примеры.

Задания 3 типа

Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

Задание №1. *Read and translate the text.*

“Titanic” was released in 1997. It was directed, written and produced by James Cameron. Leonardo DiCaprio and Kate Winslet are the film stars. After this film Leonardo DiCaprio’s career soared. Both actors got to be famous all over the world. For a long time “Titanic” was the highest-grossing film of all times. The film is based on the true story of Titanic, a huge passenger liner which wrecked during its first journey across the Atlantic. The film tells us a story of two people, Rose and Jack, who fell in love with each other on shipboard. Rose belonged to a high-class society, while Jack was an artist who won his ticket in a card game. "Titanic" is also a movie about money and its evils. With fine irony, Cameron has spent more dollars than any other filmmaker to make a film that denounces the rich.

Задание №2. *Read the text and answer the question.*

The French film *The Class* is an exhilarating example of how teachers around the world have been inspiring their students for generations. Since it hit the screens, the film has generated discussion about education both in France and abroad. Based on a novel by Francois Begaudeaux, who has been teaching French for fifteen years, the film stars real students and also Begaudeaux himself in the lead role. Since its big success at the Cannes Film Festival in 2008, the film has been shown in over 60 countries.

What is the main idea of the film?

Задание №3. *Read the text and finish the sentence.*

There are states schools and private schools in Britain. Seven per cent of British schoolchildren go to private schools called independent schools. There are 2,400 independent schools and they have been growing in number and popularity since the mid-1980's.

Parents pay for these schools, and fees vary from about 250 pounds a term for a private nursery to 3,000 pounds a term or more for a secondary boarding school. Most independent schools are called prep (preparatory) schools because they prepare the children for the Common Entrance Exam which they take at the age of 11. This exam is for entry into the best schools.

Parents must pay for...

Задание №4.

Fill in the gaps.

-What's his ___?

-He is an actor.

-Is he ___ Hollywood?

-Yes, he is.

-He is very good-___.

-Yes, he ___.

Задание №5.

Match the two halves of the questions

1. Alex’s electricity was cut	a) metals such as lead into gold.
2. I need to find	b) off because she forgot to pay the bill.
3. People spent years trying to turn	c) on in physics over the last year.
4. Your teacher says you’ve really come	d) down on the motorway.
5. A lorry had broken	e) out who discovered penicillin.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности» (Английский язык)

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....3

III. Тематический план.....7

IV. Содержание дисциплины.....9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....10

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....18

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....18

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности (Английский язык)» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России № 963 от 12.08.2020 г.

Дисциплина «Иностранный язык в профессиональной деятельности (Английский язык)» направлена на изучение иностранного языка как целостной системы, состоящей из грамматических структур и лексического наполнения. Она формирует и систематизирует знания обучающихся об устройстве и функционировании языка в различных сферах общественной деятельности, а также развивает ряд практических умений и навыков, позволяющих обучающимся устанавливать эффективные коммуникативные отношения как при непосредственном контакте, так и опосредованно - в письменной речи.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 и 3 курсах в 3 и 4, 5 и 6 семестрах

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся следующих компетенций: владение культурой мышления на иностранном языке, способность к анализу, обобщению информации, постановке целей коммуникации и выбору путей их достижения, владение культурой устной и письменной речи; владение основными способами выражения семантической, коммуникативной и структурной преемственности между частями высказывания - композиционными элементами текста (введение, основная часть, заключение), сверхфразовыми единствами, предложениями; способность свободно выражать свои мысли, адекватно используя разнообразные языковые средства с целью выделения релевантной информации; владение особенностями официального, нейтрального и неофициального регистров общения при коммуникации на иностранном языке; способность использовать этикетные формулы в устной и письменной коммуникации; способность ориентироваться на рынке труда и занятости в части, касающейся своей профессиональной деятельности, владением навыками экзистенциальной компетенции (изучение рынка труда, составление резюме, проведение собеседования и переговоров с потенциальным работодателем).

Задачи изучения дисциплины:

- формирование понятие языка как системы;
- совершенствование полученных в школе умений и навыков;

- ознакомление с различными видами чтения;
- ознакомление с грамматическим строем языка;
- изучение профессионально-ориентированного делового языка;
- изучение языка своей специальности;
- изучение особенностей функционирования в речи тех или иных языковых средств в зависимости от целей и условий общения, а также в зависимости от формы речи (устная/письменная);
- формирование умения осуществлять выбор языковых средств в зависимости от целей и условий общения, а также в зависимости от формы речи (устная/письменная)
- повышение культуры речевого общения.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	**УК-4**	**УК-4.1** Умеет правильно, непротиворечиво и аргументированно строить устную и письменную речь	лексико-грамматический минимум в объеме, необходимом для работы с иноязычными текстами в процессе профессиональной деятельности и практического осуществления деловой коммуникации на иностранном языке; стратегии речевого этикета, необходимые для коммуникации в деловой среде	вести беседу на иностранном языке в рамках профессиональной деятельности; свободно выражать свои мысли и использовать этикетные формулы в условиях письменной и устной деловой коммуникации на иностранном языке;	составления стандартных для профессиональной деятельности текстов на иностранном языке и перевода специальных текстов с иностранного языка на родной;	Контактная работа: Практические занятия Самостоятельная работа
		УК-4.2 Владеет навыками создания и анализа устной и письменной деловой речи с позиции коммуникативной эффективности	различия между стандартами формальной и неформальной деловой коммуникации на ИЯ в устной и письменной	понимать, анализировать и структурировать информацию на иностранном языке, необходимую для профессиональной	деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностран-	

			формах в условиях профессиональной деятельности, формы и правила академического и профессионального письма, необходимые для составления и редактирования текстов профессиональной направленности.	деятельности, составлять краткий обзор и резюме иноязычного текста профессиональной тематики; выбирать адекватные цели профессиональной коммуникации языковые формы, анализировать их структурные и функциональные особенности, корректировать их в соответствии с принятыми национальными стандартами делового общения.	ном языке для решения задач профессионального взаимодействия	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
	Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
		Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма										
3 семестр										
Тема 1. Business Organization (Организация бизнеса).		13							11	Доклад-презентация / 25
Тема 2. Corporate Culture (Корпоративная культура).		13							12	Реферат / 25
Тема 3. Cross-Cultural Differences (Межкультурные различия).		12							11	Эссе /25 Тест /25
Всего:		**38**							**34**	**100**
Контроль, час/сем.	**0**									**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**72**									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**2**									
4 семестр										
Тема 4. Management (Управление).		11							13	Доклад-презентация / 25
Тема 5. You as a Manager (Вы как менеджер).		10							13	Реферат / 25

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
	Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
		Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма										
Тема 6. Leadership (Лидерство).		11							14	Эссе /25 Тест /25
Всего:		**32**							**40**	**100**
Контроль, час/сем.	**36**									**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**108**									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**3**									

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Business Organization (Организация бизнеса).

Грамматика: Образование и употребление Past Perfect

Тема 2. Corporate Culture (Корпоративная культура).

Грамматика: Исчисляемые и неисчисляемые существительные.

Тема 3. Cross-Cultural Differences (Межкультурные различия).

Грамматика: Образование и употребление модальных глаголов

Тема4. Management (Управление).

Грамматика: Придаточные условия и времени, будущее время.

Тема 5. You as a Manager (Вы как менеджер).

Грамматика: Образование и употребление простого настоящего времени. Конструкция “there to be”. Some, any, no и их производные. Глагол “to have”

Тема 6. Leadership (Лидерство).

Грамматика: Образование и употребление Present Continuous

Тема 7. Employees (Сотрудники).

Грамматика: Местоимения. Безличные предложения

Тема 8. Motivation (Мотивация).

Грамматика: Образование и употребление Past Simple

Тема 9. Career (Карьера).

Грамматика: Образование и употребление Present Simple

Тема 10. Entrepreneurs (Предприниматели).

Грамматика: Образование и употребление Future Simple

Тема 11. Team Building (Построение команды).

Грамматика: Образование страдательного залога

Тема 12. Problem Solving (Решение проблем).

Грамматика: Согласование времен

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко вы-

полнять установленный регламент (не более 10 минут);

- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Методические указания для обучающихся по подготовке эссе

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист
2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и пози-

ций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Методические указания для обучающихся по подготовке реферата

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (кон-

спектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самост. работы**	**Учебно-методическое обеспечение**	**Форма контроля**
Тема 1. Business Organization (Организация бизнеса)	Образование и употребление Past Perfect	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 1	Доклад-презентация
Тема 2. Corporate Culture (Корпоративная культура)	Исчисляемые и неисчисляемые существительные.	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 2	Реферат
Тема 3. Cross-Cultural Differences (Межкультурные различия)	Модальные глаголы	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка реферата	Литература к теме 3, работа с интернет источниками	Эссе Тест
Тема 4.	Придаточные условия	Работа в	Литература к	Доклад-

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
Management (Управление)	и времени, будущее время.	библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка к тесту	теме 4	презентация
Тема 5. You as a Manager (Вы как менеджер)	Образование и употребление простого настоящего времени. Конструкция “there to be”. Some, any, no и их производные. Глагол “to have”	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 5, работа с интернет-источниками	Реферат
Тема 6. Leadership (Лидерство)	Образование и употребление Present Simple. Образование и употребление Present Continuous	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка реферата	Литература к теме 6, работа с интернет-источниками	Эссе Тест
Тема 7. Employees (Сотрудники)	Местоимения. Безличные предложения	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 7, работа с интернет-источниками	Доклад-презентация
Тема 8. Motivation (Мотивация)	Образование и употребление Past Simple	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 8	Реферат
Тема 9. Career (Карьера)	Образование и употребление Present Simple.	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-	Литература к теме 9	Эссе Тест

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
		презентации		
Тема 10. Предприниматели (Предприниматели)	Образование и употребление Future Simple	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 10	Доклад-презентация
Тема 11. Team Building (Построение команды)	Образование страдательного залога	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 11	Реферат
Тема 12. Problem Solving (Решение проблем)	Упражнения: Прошедшее совершенное и Прошедшее совершенное и продолженное. Согласование времен	Работа в библиотеке, включая ЭБС, выполнение упражнений. Подготовка доклада-презентации	Литература к теме 12	Эссе Тест

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Шляхова, В. А. Английский язык для экономистов=English for economists : учебник / В. А. Шляхова, О. Н. Герасина, Ю. А. Герасина. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 296 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573197

2. Бедрицкая, Л. В. Деловой английский язык=English for Business Studies : учебное пособие / Л. В. Бедрицкая, Л. И. Василевская, Д. Л. Борисенко. – Минск : Тетралит, 2014. – 320 с. : табл. ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572790

Дополнительная литература

1. Богатырёва, М.А. Учебник английского языка: для неязыковых гуманитарных вузов. Начальный этап обучения: [16+] / М.А. Богатырёва. – 3-е изд., стер. – Москва: Флинта, 2017. – 637 с. – (Библиотека студента). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru.

2. Гуревич, В.В. Практическая грамматика английского языка: упражнения и комментарии: [12+] / В.В. Гуревич. – 12-е изд. – Москва: Флинта, 2017. – 292 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=103487.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
	Основные учебные материалы	
1.	Официальный сайт Британского совета.	http://www.britishcouncil.com
2.	Официальный сайт газеты “FinancialTimes”.	http://www.ft.com
3.	Официальный сайт газеты “FinancialTimes”(подкасты).	http://www.podcast.ft.com
4.	Официальный сайт газеты “FinancialTimes”(видео).	http://www.video.ft.com
5.	Официальный сайт BBC.	http://www.bbc.com.uk
6.	Официальный сайт BBC (подкасты).	http://www.bbc.co.uk/podcasts
7.	Официальный сайт BBC (новости).	http://www.bbc.co.uk/news

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Доклад-презентация	20-15 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование специальной терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; 14-5 – не корректное оформление презентации, грамотное использование специальной терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; 4-1 – отсутствие презентации, докладчик испытывал затруднения при выступлении и ответе на вопросы в ходе дискуссии
2.	Реферат	20-15 – грамотное использование специальной компьютерной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 14-5 – грамотное использование специальной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 4-1 – грамотное использование специальной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.
3.	Эссе	20-15 – грамотное использование специальной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 14-5– грамотное использование специальной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 4-1 – грамотное использование специальной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Примерные темы эссе:

1. Entrepreneurship: vocation, upbringing or chance?
2. Features of Russian entrepreneurship.
3. Features of American entrepreneurship.
4. What determines the success of business activity?
5. I am an individual entrepreneur.
6. the formula for business success.

Примерные темы рефератов:

1. Рынок - среда существования предпринимателей.
2. Внутренняя предпринимательская среда.
3. Физические лица - субъекты предпринимательства.
4. Юридические лица - субъекты предпринимательства.
5. Права предпринимателей.
6. Обязанности предпринимателей.

Примерные темы докладов и презентаций:

1. Entrepreneurship as a phenomenon and as a process.
2. Entrepreneurship functions.
3. Entrepreneurship classification.
4. Illegal business and pseudo-business.
5. Types of entrepreneurship.
6. Entrepreneurial activity in the securities market.
7. Entrepreneurial activity in the banking services market.
8. Entrepreneurial activity in the insurance market.
9. Intermediary entrepreneurship.
10. Entrepreneurial activity of an educational institution.

Типовой тест.

1. What is the name of that picture which you … on the wall.
a) look at
b) is looking at
c) look
d) are looking at
2. Next time you … to my house, you must bring that biblioclub.
a) come
b) coming
c) is coming
d) are coming
3. … by air because the cost of flying is very high.
a) I do not often travel

b) I will often travelling
c) I am not often travelling
d) I will not often travelling
4. Why … late every time we arrange to meet?
a) is he
b) he is
c) is he being
d) he is being
5. I … her every day and she never says hello to me.
a) see
b) seeing
c) am seeing
d) will see
6. Later tonight I … my uncle, who is ill in hospital.
a) visiting
b) visit
c) am visiting
d) are visiting
7. … to see that film that is on at the cinema next week?
a) Do you go
b) Is you going
c) Are you going
d) Do you going
8. … every single thing which that man says?
a) Do you believe
b) Do you believing
c) Is you believing
d) Are you believing
9. Sometimes I … what the teacher says to me.
a) do not understanding
b) do not understand
c) am not understanding
d) understand not
10. I … to remember your name but I'm afraid I can't remember it.
a) try
b) trying
c) am trying
d) will trying
11. I've … you not to do that many times before.
a) told
b) saying
c) says
d) said
12. I dare … you're right.
a) tell

b) told
c) tells
d) say
13. Now that would be … but my lips are sealed.
a) told
b) saying
c) telling
d) said
14. That … , they walked out of the room in total silence.
a) told
b) said
c) telling
d) saying
15. I'm afraid I can't … for sure but I think it's safe.
a) said
b) says
c) say
d) telling
16. You shouldn't take any notice of that because it's only hear … .
a) telling
b) says
c) tells
d) say
17. That's what people are always … .
a) say
b) said
c) telling
d) saying
18. What I … and what I do are not necessarily the same.
a) said
b) saying
c) say
d) tell
19. It's no good trying to persuade me because I'm not … a word.
a) tells
b) saying
c) telling
d) told
20. … us that story again!
a) Say
b) Tell
c) Tells
d) Says

Типовые задания к семинару:

Задание 1.

I. Прочитайте и письменно переведите оригинальный текст с английского на русский язык.

A traveller who had been riding in the rain and was wet through, arrived at a small hotel in the country. There was only one fireplace in the hall and a lot of people around it. The traveller thought of a plan how to get warm. He asked the hotel owner to take some fish to his horse. The hotel owner was surprised but the traveller insisted and the hotel owner did as he was asked. All the people rushed out to see the horse eat fish. The traveller had the fireplace all to himself and felt comfortable. When the hotel owner returned he said, "I was sure horses do not eat fish."— "Then why did you take it to my horse?"

Вопросы:

1. Why did the hotel owner try to feed the horse with fish?
2. Why did the traveller ask him to do it?

II. Поставьте вопрос к подчеркнутому члену предложения.

The traveller thought of a plan how to get warm.

III. Раскройте скобки, употребив правильную глагольную форму.

Once John Smith and his wife Mary who (1 — live) in a small house in the mountains, (2 — find) a dog. Though the dog (3 — be) weak and hungry, he (4 — not eat) anything in the presence of his new masters. Several days later the dog (5 — disappear). John and Mary (6 — leave) alone. But one day when Smith (7 — travel) in a train, he (8 — see) his dog running along the road. He (9 — get) off the train at the next station, (10 — buy) a piece of meat, (11 — catch) the dog and (12— bring) him home again. There the dog (13 — tie) up for a week.

The dog (14— escape) several times and each time he (15— run) north. At last the dog (16 — decide) to stay at the cottage but a long time (17 — pass) before Smith and his wife (18 — can) touch him. They (19 - call) him Wolf.

One summer a stranger (20 — come) to the cottage. As soon as the dog (21 — see) him, he (22— rush) to the stranger and (23 — lick) his hands. Then the stranger (24 - say): "His name (25 - be) not Wolf. It (26 - be) Brown. He (27 - be) my dog." Mary (28 - ask) to leave the dog with them. But the stranger (29 — refuse) and (30 — say) that the dog (31 — must) decide it himself. "I (32 — say) goodbye and (33 — go) away. If he (34 — want) to stay, let him stay." For some time Wolf (35 — watch) the man go. Then he (36 — rush) after him and (37 - try) to stop him. Then the dog (38 - run) back to Smith and his wife (39 - try) to drag Smith after the stranger. He (40 – want) to be at the same time with the old and the new master. Finally the dog (41 — lie) down at the feet of Smith. Mary (42 — be) happy.

IV. Выберите правильный вариант.

1.I... glasses since I was a child,

a) wear, b) wore, c) am wearing, d) have been wearing.

2. When the phone rang, I... dinner.

a) cook, b) was cooking, c) had been cooking, d) have been cooking.

3. He usually had dinner at 4 p.m., ... ?
a) had he, b) hadn't he, c) did he, d) didn't he.
4. He works ... and makes good progress.
a) hard, b) hardly, c) good, d) badly.
5. He reminds me ... someone I knew in the army.
a) of, b) to, c) from, d) about.
6. Mary is here. Where are ... ?
a) other, b) others, c) the others, d) another.
7. What ... bad weather we are having today!
a) the, b) a, c) an, d) — .
8. Did you read ... English biblioclubs at school?
a) some, b) many, c) much, d) none.
9. I want to know what ...,
a) are you doing, b) were you doing, c) will you do, d) you are doing.
10. I've made ... mistakes now than I made last time.
a) few, b) a few, c) fewer, d) less.
11. Can ... of you help me?
a) some, b) any, c) somebody, d) anybody.
12. This translation is twice as ....
a) easy, b) easier, c) the easiest, d) much easier.
13. We ... two compositions this month.
a) write, b) wrote, c) were writing, d) have written.
14. I had a feeling that somebody ... there before.
a) is, b) was, c) has been, d) had been.
15. She won't see him ... he phones her.
a) except, b) after, c) unless, d) because.
16. ... only one theatre and two cinemas in this city ten years ago.
a) there is, b) there was, c) there are, d) there were.
17. My watch....
a) stops, b) has stopped, c) have stopped, d) stop.
18. Do you know when he ... ?
a) comes, b) will come, c) shall come, d) come.
19. I don't have any pets. Neither ....
a) she does, b) does she, c) is she, d) does she have.
20. His parents didn't let him ... TV late.
a) to watch, b) watch, c) watching, d) watched.

V. Переведите на английский язык.

1. Москва была основана Юрием Долгоруким.
2. Небо темное, может пойти дождь.
3. Мы не знали, что он собирается нас навестить.
4. Кто знает прогноз погоды на завтра?
5. Нам не пришлось долго ждать их.

VI. Выберите правильный ответ.

1. What's the name of the most famous clock in Britain?
a) Big Albert, b) Big Stephen, c) Big Wren, d) Big Ben.

2. What's tartan?
a) a dish, b) a pattern of the kilt, c) a bird, d) a dance.
3. Where is Glasgow situated?
a) in Scotland, b) in Wales, c) in England, d) in Northern Ireland.
4. What's the name of the London underground?
a) Metro, b) Tube, c) Subway, d) Underground,
5. What is the nickname of the Liberal Party?

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Иностранный язык в профессиональной деятельности (Английский язык)» проводится в форме зачета

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

3 семестр

Задания 1 типа.

Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющие оценить степень владения студента

принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними

1. Личные, указательные и притяжательные местоимения.
2. Глагол to be. Простое предложение. Общий вопрос.
3. Исчисляемые и неисчисляемые существительные.
4. Понятие артикля. Определенный и неопределенный артикль.
5. Имя прилагательное. Место прилагательного в предложении.
6. Предлоги from, in для выражения падежных отношений.
7. Имя существительное. Множественное число существительных.
8. Предлоги места on, near, at, under, below, above.
9. Повелительное наклонение.
10. Типы вопросов. Разделительный вопрос.
11. Глагол to have (got).
12. Неопределенные местоимения some, any , no, all.
13. Типы вопросов. Альтернативный вопрос.
14. Притяжательный падеж имен существительных.
15. Структура простого утвердительного, отрицательного, вопросительного предложения.
16. Простые неличные формы глагола: Participle I (Present Participle).
17. Простые неличные формы глагола: Participle II (Past Participle).
18. Безличные и неопределенно-личные предложения.
19. Употребление оборотов There is/There are.
20. Образование и употребление Present Simple.
21. Образование и употребление Present Continuous.
22. Образование и употребление Past Simple.
23. Образование и употребление Past Continuous.
24. Модальные глаголы.
25. Образование и употребление Future Simple.

Задания 2 типа.

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучаемых выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

Составить сообщение на следующие темы:

1. The essence of the culture of entrepreneurship.
2. Culture of entrepreneurial organizations.
3. The essence of business secrecy.
4. Formation of information that constitutes an entrepreneurial secret.
5. Liability for violation of the bankruptcy law.
6. Settlement agreement.
7. An unusual selling method.

8. Priority of satisfaction of creditors ' claims.
9. Bankruptcy proceedings.
10. External management of the debtor organization.
11. Financial recovery of the debtor organization.
12. Characteristics of the observation procedure.
13. Consideration of bankruptcy cases in the arbitration court.
14. Pre-trial rehabilitation.
15. Insolvency (bankruptcy) of organizations.
16. Reorganization of business organizations.
17. Termination of contract.
18. Forms of business organization.
19. The road to success.
20. Online advertising.
21. Online job applications.
22. Ways of getting to work.
23. Incorporated businesses.
24. Company management.
25. Closing a company.

Задания 3 типа

Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

Прочитайте и переведите текст

Задание 1

The legal term amnesty is related to the word amnesia-loss of memory. Amnesty means forgetting past deeds so that they may not become an issue in the future. Amnesty has often been used as a means of healing animosities and divisions caused by war. After the American Civil War, President Andrew Johnson granted amnesty to most Southerners who had fought against the Union. His General Amnesty Proclamation issued in 1865, granted amnesty to many supporters of the Southern Confederacy, and his Universal Amnesty in 1868 did the same for all but 300 Confederates. Amnesty is closely related to another legal term, the pardon, in fact they are often used interchangeable. They are not quite the same, however. The pardon is normally used for a person who has been convicted of a crime.

Задание 2

The chief executive officer of a country or state, such as the president or a governor, may pardon a criminal or may prevent an offender from being prosecuted. The most famous pardon in United States history occurred on Sept. 8, 1974, when President Gerald R. Ford pardoned former President Richard M. Nixon “for all offense which he, Richard Nixon, has committed or may have committed or taken part in” during his terms of office. Both the president and the Congress have the power of amnesty, but only the president has the power to grant a pardon. For hundreds of years amnesty has been used after wars and periods of civil strife. Twelve years after the English Civil War (1642-48), when

Charles II was restored to the throne, he proclaimed a general amnesty, excepting only those who had taken part in the execution of his father, Charles I.

Задание 3

Definitions and Classifications of Crime It is extremely difficult to give a single definition of crime on the basis of one common distinguishable feature because crime shows a great variety. Furthermore, since the same act may be both a criminal offence and a civil wrong, crimes have to be distinguished from torts. For example, theft and criminal damage are crimes punishable by imprisonment, but they are also torts for which the victim may claim damages. In general, one may say that a crime is an offence against the public, while a tort is a private injury, although the actual victim in either case may be an individual. Another widely accepted definition qualifies a crime as an act which is capable of being followed by criminal proceedings and may result in punishment (Prof. G. Williams). This definition shows that the difference between a crime and a tort lies not in the nature of the act but in the legal consequences that follow it. To find out what acts can be followed by criminal proceedings one must refer to the laws laid down by Parliament and to the decisions of the courts over the last few centuries. Crimes described in statutes are called statutory crimes, and those described in case law are known as common-law crimes.

Задание 4

The case law interpreting the statute is very important since the circumstances of each crime may be very different. For example, the 1968 Theft Act defines burglary as entering someone's land without permission intending to steal or commit an act of violence. In the 1985 case of R. v. Brown, the defendant argued that he could not be guilty of burglary since he reached through the window of a house without actually going inside. However, the court decided a person can be judged to have 'entered' a building if he gets close enough to be able to remove something from it. Thus, the court's interpretation of a statutory provision became a precedent and part of the law. As time goes by statutes are overlaid with a body of case law so that it is not possible to understand the law by reading the Acts alone, the cases applying the Acts must be read as well. The above example illustrates how difficult it is to give a precise definition of a crime. If it is too tight, defendants may attempt to escape conviction by using technical arguments that they were not charged with exactly the right offence. If the law is formulated too broadly, it may be difficult to predict what actions would be in breach of it. It may also give the police wide powers to decide whether or not to arrest or prosecute someone.

Задание 5

Originally, the common law divided crimes into felonies (the graver crimes generally punishable with death) and misdemeanours (the lesser crimes punishable with fines or imprisonment). However, already in the 19th century this classification was deemed obsolete and inconsistent: for example, theft was a felony, irrespective of the amount stolen; obtaining by fraud was always a misdemeanour. In 1967 it was replaced by the division into arrestable and nonarrestable offences. An arrestable offence is one for which there is a fixed penalty in

the law or one punishable with at least five years' imprisonment. All other crimes are termed 2 nonarrestable offences. This classification is useful for determining the powers of the police: for example, a constable may arrest any person whom he reasonably suspects to be guilty of an arrestable offence; however, if a nonarrestable offence has been committed, a person may be arrested only subject to certain conditions. A third classification of crimes into indictable, summary and 'either way' offences is helpful to determine which court will deal with which offence.

Задание 6

The Elements of Crime: Actus Reus Every crime consists of two important elements: the criminal act itself (an actus reus) and the criminal state of mind of the person when he committed the act (a mens rea). The law does not punish for a guilty mind alone: if someone intended to commit a robbery but never even started preparations for it, he will not be punished if his intentions are revealed. Nor does the law punish for a guilty act alone, it is necessary for the prosecution to prove both elements of the crime. There are however a few crimes for which no mens rea need be shown, but an actus reus must be established in each case: if there is no actus reus, there can be no crime. Actus reus means 'a guilty act', ie. some criminal action on the part of the defendant. A failure to act, called an 'omission', is not normally a crime under English law; for example, it is not a crime to stand by and watch a child who has fallen into a river drown. But an omission may form the actus reus where the person is under a duty to act and is reasonably capable of acting but has omitted to do so. Finally, in certain cases the actus reus may simply be a state of affairs rather than the act, for example, being unfit to drive through drink or drugs when in charge of a motor vehicle on a road or having an offensive weapon in a public place.

Задание 7

The duty to act may be imposed by statute, by common law or under contract. An example of a duty to act imposed by statute is the obligation to file an income tax return, and a failure to do it is a crime. A common law duty to act arises from the relationship between the parties. For example, it is a crime when parents (but not neighbours) do not feed their children so that the latter die, as in the case of R. v. Gibbons and Proctor (1918). An example of a contractual duty to act is provided by the case of R. v. Pittwood (1902), where a guard at a railway crossing left his post and a pedestrian who tried to cross the line was hit by a train. The defendant was in breach of a contractual duty to his employer to keep the gates shut to pedestrians and safeguard the public. The prosecution must establish the causative link between the defendant's act or omission and the consequences it produced. This link is frequently referred to as the 'chain of causation'. The test of causal relationship between the defendant's conduct and resulting harm is that the event would not have happened in the same way and at the same time without direct participation of the offender (the 'but for' test).

Задание 8

In deciding if the defendant's act caused injury the court must be sure that the act was a substantial cause of the result. In the 1983 case of Pagett, the de-

fendant kidnapped his former girlfriend and fired at the police using, her as a shield. One of the policemen fired back, accidentally killing the girl. The court decided that the defendant could have foreseen such a result when he shot at the policeman from behind the girl, therefore his act was a substantial cause of the death. On the contrary, in the 1956 case of Jordan, the defendant stabbed a man who was then taken to a hospital where he started to recover. But the man died when hospital staff gave him drugs to which he was allergic. In this case the court decided that the hospital's error was the substantial cause of death rather than the attack by the defendant.

Задание 9

The Elements of Crime: Mens Rea The other element of crime that the prosecution must prove is mens rea, or 'a guilty mind'. It is the state of mind of a defendant which he had at the time of committing a crime. For every crime there is a specified mens rea, and it is either defined in the statute creating the crime or is established by precedent. It is quite clear that some mental element is present in all crimes but the laws have not always spelled out exactly what is meant by this concept. Of the whole variety of mental states the most important are: intention, recklessness and (for a few crimes) negligence. Each of these terms may seem very simple in their ordinary everyday meaning but this simplicity belies their complexity. For example, intention means that it was the defendant's purpose to cause a certain event; but it is also relevant to situations where a person has no substantial doubt that the event will result from his conduct; and even where he foresees that that 3 event will probably result from his conduct. Either of these elements will be sufficient to establish intent.

Задание 10

A precise definition of 'intention' is difficult to draft because it may bear a different meaning in different offences. Judges increasingly prefer not to confuse juries with definitions but simply tell them to give the word its ordinary meaning. Recklessness requires that the defendant has foreseen that a particular kind of harm might be done and yet has gone on to take the risk of it (R. v. G. (2003)). The risk must be one that it was unreasonable for the accused to take. But if, for example, a driver swerves to avoid collision with a child who has run into the road, realising that he will crash into and damage a parked car, the jury may well decide that taking the risk of damage to property was reasonable and not reckless. In order to prove recklessness it is necessary to show that the defendant himself (not any reasonable person) was aware of the risk. The fact that most people would have foreseen the risk or that it was a blindingly obvious risk is beside the point, but the defendant may try to explain to a jury why he failed to foresee an obvious risk, so the burden of proof shifts to the defendant.

Задание 11

The fact that the defendant was voluntarily intoxicated, through drink or drugs, is not acceptable as evidence that he did not foresee a risk. Negligence, conversely, compares the actions of the accused with those of a 'reasonable person'. It means failure to do something that a reasonable man would do, or doing something that a reasonable man would not do. The reasonable-man test is usu-

ally a measuring rod for civil wrongs but negligence may be an element in a few crimes, e.g. careless and inconsiderate driving, strict liability offences (see below). The main example of a serious crime that may be committed by gross negligence is manslaughter. Gross negligence is a high degree of negligence, manifested in behaviour substantially worse than that of the average reasonable man. In Adomako (1995) an anaesthetist failed to notice that a patient's tube had become disconnected during an operation and as a result the patient died. The defendant's arguments that his training was inadequate and that he was exhausted from overwork were irrelevant - he had not acted as a reasonable professional would have done. Since the state of mind of the defendant, what he intended or foresaw, is irrelevant, many believe that negligence should not be regarded as a form of mens rea, as that concept is concerned with states of mind and negligence is essentially a description of conduct. Some crimes require knowledge or belief of certain circumstances as part of the mens rea, for example, the crime of receiving stolen goods requires the knowledge that they were stolen; dishonesty is commonly found in offences against property.

Задание 12

Strict Liability Offences Criminal law as a general rule does not punish accidental or negligent behaviour; it is almost always necessary to prove that the person either intended or foresaw the consequences of his action or was aware of the circumstances that make it criminal. There is however a small number of crimes for which no mens rea or only a limited form of it need be shown. They are called strict liability offences: certain acts are punished as crimes even though they may have been unintentional. The most controversial aspect of this kind of offence is that the defendant who knew about the possible undesirable consequences and had taken precautions to avoid them (!) may still be found guilty. An example may be the case of Alphacell Ltd v. Woodward (1972), where the owners of a factory that accidentally polluted the river were able to show that they were not reckless or even negligent since they had carried out all the checks required. The court nevertheless found them guilty under the 1951 Rivers (Prevention of Pollution) Act. Strict liability offences are sometimes called 'public welfare offences' involving laws concerning public health and safety. They are most commonly found in statutes dealing with, for example, the sale of alcohol, food and drugs; the prevention of pollution; offences relating to road traffic.

Задание 13

The usual penalty for crimes of strict liability is a fine. The underlying reason for removing the need to show mens rea for these offences is that to require the prosecution to establish the defendant's intent or recklessness would render such legislation largely ineffective and unenforceable. However, critics argue that to expose citizens to the condemnation of a criminal conviction without showing a moral guilt can hardly be called justice; the same objectives can be achieved by civil sanctions, such as suits for damages, injunctions (court orders forbidding some acts) or the revocation of licences.

Задание 14

Principles of Criminal Law In general Anglo-American law follows the principle that citizens have the right to do everything that is not expressly forbidden by the state. In reality, this results in a very harsh rule that a person who commits a crime unaware that his conduct constitutes a criminal offence has no defence. Nor would it make any difference to the court that he had consulted a lawyer and was told that there was no such offence. Everyone knows that 'ignorance of the law is no defence'. This doctrine rests on the belief that criminal acts may be recognised as harmful and immoral by any reasonable adult. Of course, we are not presumed to know all the law - that would be contrary to common sense and reason; and genuine ignorance can be taken into account by the court when deciding how to deal with a case, but if ignorance were an answer to every charge, the entire justice system would be unworkable. The principle 'no punishment without a law' provides that a person can only be punished for a crime if the punishment is prescribed by law. Nor can an individual be punished for an action that was not designated a crime at the time it was carried out ('no crime without a law'). This principle forbids the application of the law retroactively: in order that a person may be convicted, a law must have been in effect at the time the act was committed.

Задание 15

In English law, this poses a specific problem: when the criminal law is interpreted by judges in a novel way and as a result a defendant is convicted, could this be said to be retrospective law? For example, for centuries it had been the common law rule that a man could not be found guilty of raping his wife. In R. v. R. (1992) the courts decided that in this day and age, where a husband and wife had separated and she wished to have nothing more to do with him, the husband would be guilty of rape if he had sexual intercourse with her without her consent. In a similar case SW v. United Kingdom (1996) the husband argued before the European Court of Human Rights that in effect this was retrospective lawmaking. The European court rejected this argument on the basis that legal systems are permitted to gradual clarification of the definition of offences on a case-by-case basis provided that this is consistent with the essence of the offence and can be reasonably foreseen. If the court were to interpret an offence in an unforeseeable way that would be against the law.

Задание 16

All legal systems generally include some restriction against prosecuting a person more than once for the same offence (protection against double jeopardy). But, as you already know, in 2003 English law allowed an exception to this rule: the Court of Appeal may now, with the consent of the Director of Public Prosecutions, open cases anew if it appears in the interests of justice to do so. All systems of law restrict the time within which legal proceedings may be brought, in order to protect persons against claims made after disputes have lost their acuteness, evidence has been lost, or witnesses have disappeared. Time limits may be fixed in statutes of limitation or, as in England, be included in statutes for specific crimes. The periods prescribed may vary according to the seriousness of the offence, from a few months to several decades. Until 1996

there was a common-law rule that a person could only be charged with murder if his victim died within a year and a day of his attack. If he died later, the attacker could be charged with serious assault but not murder. On the recommendation of the courts Parliament abolished this rule because nowadays advances in medical science have made it possible to keep a victim alive on a life-support machine for years. Now, for all acts committed after 17 June 1996, the consent of the Attorney-General is required to start prosecution if three years have elapsed since the act that caused the death. In reality this means that there is virtually no time limit for prosecutions for murder.

Задание 17

A person who is faced with a criminal charge and is pleading not guilty has several courses of action open to him. One possibility would be to deny the actus reus of the offence, to argue that the prosecution has not proved beyond reasonable doubt that the defendant committed the actus reus. He can, for example, introduce an alibi proving that he was not present at the scene of the crime but was somewhere else; or he can admit that he was at the place where the crime took place but did not commit the criminal act, someone else did; or that his act did not cause the injury. Another course open to the defendant would be to deny that the mens rea has been proved. He may bring evidence to show that he had no mens rea for the crime he is charged with, for example, that he did not intend the injury ('lack of intent'), or that he did not foresee that the injury might be caused and so he was not reckless. 8 Finally, a defendant may admit the actus reus and the mens rea but raise a defence allowed in relation to the crime. A defence is a point of law or fact that, if determined in favour of the defendant, will relieve him of liability wholly or in part. If his general defence is successful, it will result in an acquittal. If his special defence is successful, it will reduce the charge, for example, from murder to manslaughter, and reduce the punishment.

Задание 18

First of all, it must be said that there are some defendants who are excluded from the ambit of the criminal law altogether: they are not punished even if it is proved that they committed a crime. They are persons under the age of criminal responsibility and the insane. They are exempted because they lack the moral capacity to comply with the law. A child under the age of 10 is considered doli incapax, incapable of committing any crime, because he does not know the difference between right and wrong. If a nine-year-old commits a crime, however premeditated and heinous, he cannot be held criminally responsible for it. He may be placed in secure local authority accommodation but those are civil, not criminal proceedings. Above the age of 10 children are treated as adults, although they will usually be tried in special youth courts (with the exception of most grave offences like homicide) and subject to special punishments. Normally a person accused of a crime is presumed sane and therefore responsible for his acts, but he can escape a conviction if he can prove that at the time of committing the crime he was insane. The defendant must show that he is suffering from a defect of reason arising from 'a disease of the mind', such as paranoia, a psychosis or a schizophrenic disorder. He must also show that, as a result of the de-

fect of reason, he either did not know the 'nature and quality' of his acts, i.e. he did not know what he was doing (for example, if he put a child on a fire, thinking it was a log of wood) or he did not know that his acts were wrong, even if he knew their nature and quality (for example, if he knew he was murdering, but did not know that this was wrong).

Задание 19

It is important to note that insanity is a legal concept and is quite different from any medical or popular understanding of it: some people who are insane under the law would not be regarded as insane in medical terms, for example epileptics or sleepwalkers; on the other hand, psychopaths and those suffering from neuroses or subnormality would not normally fall within the legal definition of insanity. Nevertheless, the court must hear the evidence of two registered medical practitioners who have experience in diagnosing mental disorders, before declaring a defendant not guilty. If found to be insane, the defendant is given a special verdict of 'not guilty by reason of insanity' and is sent to a mental hospital. A person who is insane at the time of his trial, in the sense that he does not understand the charge and cannot properly instruct his lawyers, may be found unfit to plead. This question will be the first issue to be decided by the jury, before hearing any evidence about the crime itself. If the defendant is found fit to plead, then the trial will proceed as normal (although with a different jury). If he is found not fit to plead, then a different jury will try the facts of the case and if the defendant did commit the actus reus, the judge will have a wide range of orders available and can even order an absolute discharge. However, in the case of a murder charge, indefinite detention in a special hospital is mandatory. (This may be the reason why not so many people accused of murder plead insanity - they would rather be found guilty and receive a sentence which would at least have a maximum duration. The stigma of an insanity verdict is also a strong deterrent.)

Задание 20

All general defences, with the exception of insanity, apply to involuntary conduct. They rest on the proposition that a crime is a kind of voluntary human behaviour; conduct that cannot be controlled because one is suffering from a physical or mental condition or is acting under duress is not a crime. . One very rare condition that gives a complete exemption from criminal liability is a form of unconscious involuntary conduct known as automatism. This is a state, such as sleepwalking or certain effects of concussion, or hypnotic trance, or a state of a diabetic suffering a hypoglycaemic episode, in which the conscious mind does not control the bodily movements. When automatism is caused by a disease of the mind, the defence may be treated as one of 9 insanity. The essential distinction between automatism and insanity depends on whether the state of mind is caused by an external factor (a brick falling onto the defendant's head) or an internal factor (a mental disease).

Задание 21

Duress is pressure put on a defendant to commit a crime when the defendant's power to resist it is destroyed by a threat of death or serious personal inju-

ry. The threat need not be immediate, it is sufficient that it is effective: for example, a threat in court to kill a witness may constitute duress, even though it cannot be carried out in the courtroom (so, if after that the witness tells a lie under oath, he has a defence). Duress may not be used as a defence against the charge of murder, whether as a secondary party (helping the murderer) or as the principal (Howe (1987)). Nor is it available to someone who failed to take any action to avoid the threat or who had put himself in a position where he was likely to be threatened, for example, first by joining a gang and then leaving it. A particular form of duress is coercion - when a wife is threatened by her husband and so she commits a crime (other than murder or treason). The defence is not available to husbands or to women not legally married. Unlike duress, it is available as a defence to attempted murder.

Задание 22

The law generally recognises a number of particular situations in which the use of force, even deadly force is excused or justified, provided it is reasonable under the circumstances. It must be stressed that it is the jury, not the defendant, who decides whether the use of force was proportionate to the threat as it was perceived by the defendant. These situations include selfdefence, the use of force in defence of others, law enforcement, and protection of property. If a person acting in self-defence mistakenly uses more force than necessary in the circumstances and kills the attacker, he has no defence and the killing will therefore amount to murder. This was recently emphasised in the notorious case of Tony Martin (2002), where a farmer shot at two young men burgling his property, killing one. Although he thought it was reasonable to shoot at burglars, the jury decided that it was not. Sometimes English law accepts a defence of necessity, pressure to commit an illegal act, but its scope is unclear.

Задание 23

The defence may apply where property is damaged to save other property (for example, when the crew of a ship threw out the cargo to save the ship from sinking) or to avoid injury to a person (for example, when a prisoner escaped from a burning gaol), or where a surgeon operates to save life. In the Court of Appeal decision of Re A (Children) (2000), it was suggested that necessity may be available on the special facts of that case. It concerned the question of whether it was lawful to separate conjoined twins in an operation that would end the life of one twin but would probably save the life of the other. If the doctors were not allowed to operate, then in a few months' time both children would die. The court ruled that the surgery should go ahead (despite the opposition of the parents, both devout Catholics). Necessity is not, however, a defence to charges of theft or murder or driving offences.

Задание 24

The next four defences (ignorance, acting on superior orders, mistake and intoxication) are not, strictly speaking, defences as such; it is rather that they can form evidence supporting a defence of no mens rea. Let us look at each of them in turn. In some cases the person who actually performs the act that causes the crime is completely innocent of all intent - for instance, the nurse who adminis-

ters to a patient, on the doctor's instructions, a lethal drug believing it to be medicine; or the soldier who carries out a criminal military order believing it to be lawful. In these and similar cases the defendants could plead ignorance of the fact or acting on superior orders. Of course, it would be no defence for someone to argue that he was acting on superior orders if he was aware of the nature of his act. It is commonly said that ignorance of fact excuses from liability, whereas ignorance of law does not.

Задание 25

Intoxication is not a defence if it is self-induced, for example by taking drink or drugs. Only in crimes of intent, like murder, is the defendant allowed to introduce evidence of voluntary intoxication to deny that he intended to kill or cause grievous bodily harm; the jury will consider all 10 the evidence, including the defendant's intoxicated state, to decide whether or not he really had the mens rea. In Moloney (1985) the defendant and his step-father were both very drunk and started a game involving guns. The defendant accidentally shot his step-father. The jury accepted the evidence that the accused was so drunk that he did not know what he was doing and could not form the necessary intention. Compare it with Gallagher (1963), where the accused bought a knife together with a bottle of whisky and then killed his wife. He was found guilty because he had formed the intention to kill while sober and made preparations to do so. In crimes requiring proof of recklessness a defendant can introduce evidence of intoxication only if it was involuntary, for example, the drink was non-alcoholic but (unknown to the defendant) it was spiked with alcohol, or the drug was prescribed by a doctor and the defendant was unaware that it might cause him to lose control over his behaviour.

4 семестр

Задания 1 типа.

Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющие оценить степень владения студента принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними

1. Образование и употребление Present Simple.
2. Образование и употребление Present Continuous.
3. Наречия a lot, many, much, few, a few.
4. Порядковые и количественные числительные.
5. Предлоги места next to, between, opposite, behind, in front of.
6. Типы вопросов. Специальные вопросы.
7. Предлоги времени at, on, in.
8. Именные придаточные предложения.
9. Образование и употребление Present Perfect.
10. Имя прилагательное. Степени сравнения прилагательных.

11. Образование и употребление Past Perfect.
12. Косвенная речь.
13. Страдательный залог.
14. Употребление герундия и инфинитива.
15. Причастия, деепричастия, отглагольные прилагательные (complex subject).
16. Сложное дополнение (complex object).
17. Употребление глаголов Do и Make.
18. Употребление глаголов Say и Tell.
19. Согласование времен.
20. Образование и употребление Present Perfect Continuous.
21. Порядок слов. Инверсия.
22. Притяжательный падеж имен существительных.
23. Структура простого утвердительного, отрицательного, вопросительного предложения.
24. Модальные глаголы.
25. Образование и употребление Future Simple.

Задания 2 типа.

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучаемых выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

1. Сравните употребление Present Simple и Present Continuous.
2. Назовите способы выражения будущего времени и приведите примеры.
3. Сравните употребление Past Simple и Past Continuous.
4. Сравнить употребление определенного и неопределенного артиклей и приведите примеры.
5. Сравните употребление наречий a lot, many, much, few, a few. Приведите примеры.
6. Сравните употребление предлогов места next to, between, opposite, behind, in front of. Приведите примеры.
7. Сравнить употребление Active и Passive voice и приведите примеры.
8. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры.
9. Сравните употребление Conditionals 0, 1, 2 и 3. Приведите примеры.
10. Сравнить употребление герундия и инфинитива и приведите примеры.
11. Сравните употребление модальных глаголов и приведите примеры.
12. Употребление артиклей в названиях стран, национальностей, жи-

телей страны и языков. Приведите примеры
13. Употребление артиклей с уникальными существительными. Приведите примеры.
14. Сравнение употребления Past Simple и Present Perfect. Приведите примеры.
15. Сравните употребления Present Perfect и Present Perfect Continuous и приведите примеры.
16. Сравните употребление Past Perfect и Past Perfect Continuous и приведите примеры.
17. Сравните употребление Participle I и Participle II и приведите примеры.
18. Сравните употребление глаголов Do и Make.
19. Сравните употребление глаголов Say и Tell.
20. Возвратные местоимения. Приведите примеры
21. Сравните употребление притяжательных местоимений и абсолютной формы притяжательных местоимений. Приведите примеры.
22. Личные местоимения. Приведите примеры
23. Сослагательное наклонение. Приведите примеры
24. Употребление глагола Have и конструкции Have got. Сравните.
25. Сравните употребление модальных глаголов. Приведите примеры.

Задания 3 типа

Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

In the following examples a) name the crime and b) say whether the party in italics might have a defence.

Prove your point of view.

Here is the language to help you:

The offence in question is ...

The defendant is pleading [duress] ... (may plead; may raise the defence of...)

His plea may be (un)successful because ... (may not / cannot succeed ...)

1. Two flatmates had an argument over missing tools worth £4000. Morgan wanted his tools back and, believing that James had sold them, flew into a rage. He repeatedly stabbed James with a kitchen knife.

2. The accused knew that in killing his sick wife, who had often talked of committing suicide, he was doing an act that the law forbade, but he thought it was a kindly act to put her out of her suffering.

3. A man, whilst on an LSD 'trip', was subject to the illusion that his girlfriend, who was in bed with him at the time, was a snake, attacking him. He strangled her and was convicted of manslaughter. On appeal, he argued that since at the time, due to his incapacity through drugs, he did not know what he was doing and therefore his actions were involuntary, so he could not be guilty

as charged.

4. A policeman in Northern Ireland asked the driver of a car to stop at the checkpoint but the car increased speed and drove on. He fired several shots at the car, killing a passenger when the car had passed through the checkpoint.

5. The accused claimed that he only killed the victim because he believed that he himself would be killed if he did not carry out the killing.

6. A man borrowed money from a person who he knew was a drug dealer. When the man failed to pay the money back, the drug dealer threatened him with violence unless he helped in the transportation of drugs.

7. While riding her bicycle Meg was hit on the head by a stone which was thrown up from the road. She lost control of the bicycle and injured a pedestrian.

8. The accused and another youth decided to settle a quarrel by a fist fight. The other youth suffered a nosebleed and bruises.

In each of the following situations decide:

a) would the person be charged with an offence;

b) is there a legal duty to act;

c) is it imposed by statute, the common law or a contract?

Prove your point.

9. A stranger sees a blind man walking towards the edge of a cliff. He does not shout a warning although it would be very easy for him to do so. The blind man falls over the cliff and dies.

10. A driver is stopped by the police. He refuses to supply a specimen of breath although he is aware of the Road Traffic Act 1972 requiring him to do so in certain specified circumstances.

11. Jim decides to swim across the English Channel and hires Ken to be his lifeguard in a boat following his adventure. When Jim gets into trouble, Ken fails to rescue him.

12. A journalist happens to witness a car crash involving a celebrity. He fails to summon help because he is busy taking photographs. In the meantime the victim dies.

13. A woman is suffering from a persistent vegetative state. A relative caring for her decides that in her view the patient does not require food or liquid. As a result the patient dies.

14. A man is suffering from a persistent vegetative state. The doctors, in accordance with a body of medical opinion that it is not in the interests of such a patient to carryon receiving nourishment, decide to discontinue life-support (‘to pull the plug’). As a result the patient dies.

15. A swimming pool attendant, whose job is to maintain order on the premises and to ensure the safety of the swimmers, decides to go home early one evening although he knows that there are some children swimming in the pool. After he leaves, one of the children gets into difficulties and subsequently drowns.

16. Mary happens to see two young men commit burglary. She vaguely remembers that it is a criminal offence not to report a crime to the police but decides not to bother. However, the situation becomes known to the police and

they decide to prosecute her.

17. The other weekend I bought a jacket for my son in a sale. When I got home he said it was too small and refused to wear it so I went back the next day and asked them to exchange it for a larger size. Unfortunately they didn't have a larger size and when I asked for my money back they refused, saying that no refunds were given on sales goods. Are they within their rights to do this?

18. Myself and two friends have been renting a house near the college we go to for the last two years. The landlord has now decided he wants us to leave and has more or less said that we have to be out within the next two weeks. We have nowhere else to go 24 and with exams coming up shortly we would rather stay where we are. Friends of ours are saying he can't get us out unless we have signed a contract agreeing to go. Is this right?

19. I have been living in what used to be a very quiet area for about a year now but in the last few months it has changed completely — if I had known this would happen I would never have bought my house. Opposite me there is now a fish and chip shop which fries day and night except for Sunday — the smell is disgusting and so are all the empty paper bags all over the street. It doesn't close until after midnight so every night there are people shouting, radios blaring, car doors slamming — I never seem to get a night's sleep these days and it's beginning to affect my work. Is there anything I can do?

20. 14. A man is suffering from a persistent vegetative state. The doctors, in accordance with a body of medical opinion that it is not in the interests of such a patient to carryon receiving nourishment, decide to discontinue life-support ('to pull the plug'). As a result the patient dies.

21. A swimming pool attendant, whose job is to maintain order on the premises and to ensure the safety of the swimmers, decides to go home early one evening although he knows that there are some children swimming in the pool. After he leaves, one of the children gets into difficulties and subsequently drowns.

22. Mary happens to see two young men commit burglary. She vaguely remembers that it is a criminal offence not to report a crime to the police but decides not to bother. However, the situation becomes known to the police and they decide to prosecute her.

23. The other weekend I bought a jacket for my son in a sale. When I got home he said it was too small and refused to wear it so I went back the next day and asked them to exchange it for a larger size. Unfortunately they didn't have a larger size and when I asked for my money back they refused, saying that no refunds were given on sales goods. Are they within their rights to do this?

24. Myself and two friends have been renting a house near the college we go to for the last two years. The landlord has now decided he wants us to leave and has more or less said that we have to be out within the next two weeks. We have nowhere else to go 24 and with exams coming up shortly we would rather stay where we are. Friends of ours are saying he can't get us out unless we have signed a contract agreeing to go. Is this right?

25. The accused claimed that he only killed the victim because he believed

that he himself would be killed if he did not carry out the killing.

5 семестр

Задания 1 типа.
Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющие оценить степень владения студента принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними

1. Оборот would like to для выражения предпочтений.
2. Образование и употребление Present Simple.
3. Образование и употребление Present Continuous.
4. Отрицательная форма повелительного наклонения.
5. Относительные местоимения who, which, that.
6. Модальные глаголы.
7. Именные придаточные предложения.
8. Образование и употребление Present Perfect.
9. Имя прилагательное. Степени сравнения прилагательных.
10. Образование и употребление Past Perfect.
11. Косвенная речь.
12. Страдательный залог.
13. Употребление герундия и инфинитива.
14. Причастия, деепричастия, отглагольные прилагательные (complex subject).
15. Сложное дополнение (complex object).
16. Образование и употребление Past Simple
17. Образование и употребление Past Continuous.
18. Образование и употребление Present Perfect Continuous.
19. Порядок слов. Инверсия.
20. Простые неличные формы глагола: Participle I (Present Participle).
21. Простые неличные формы глагола: Participle II (Past Participle).
22. Безличные и неопределенно-личные предложения.
23. Образование и употребление Future Simple.
24. Наречия a lot, many, much, few, a few.
25. Наречия much, little, a little.

Задания 2 типа.
Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучаемых выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

Составить сообщение на следующие темы:

1. The essence of the concept of business.

2. Organization of the business structure.
3. Starting points when organizing your business.
4. The philosophy of a successful leader.
5. Examples of successful companies.
6. Forms of liquidation of business organizations.
7. Insolvency of business organizations.
8. Information Security.
9. Protection of information resources.
10. Countering raiding.
11. Economic security in business activities.
12. Hostile mergers and acquisitions.
13. Business valuation.
14. Business planning in the activities of entrepreneurs.
15. Special tax regimes.
16. Financial support of business activities.
17. The essence of entrepreneurial activity.
18. Licensing of business activities.
19. Criminal liability in the field of entrepreneurship.
20. Problems of small business competitiveness.
21. Criteria for assessing the competitiveness of small enterprises.
22. Key success factors of small businesses in the competitive struggle.
23. The essence of entrepreneurial risk.
24. Factors that affect the level of business risk.
25. The essence of entrepreneurial risk.

Задания 3 типа

Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

Прочитайте и переведите текст

Задание 1

I finished school two years ago and entered Moscow State Industrial University. The University has three departments: the full-time (day-time) department, the part-time (evening) one, as 13 well as the department of distance education. I study at the faculty of Economics, Management and Information Technologies. The faculty trains bookkeepers (accountants), auditors, managers, economists and experts in information systems. The students try to get profound knowledge in economics, bookkeeping (accounting), analysis of financial activity, management, marketing, the bases of different kinds of business organization, as well as, operating computer systems. Undergraduates specializing in economics for four years take Ec.B. degree after submitting their diploma works.

Задание 2

After graduating from the University the graduates must know all types of business organization (sole proprietorship, partnership, corporation), their ad-

vantages and disadvantages. Proper management, marketing and advertising are of great importance for business specialists. They should know the work of storing, advertising, data processing. Thus they must be energetic, communicative, must know computer and information technologies, as well as, foreign languages, at least, English. In short, they should be aware of selling the right product, at the right time, in the right place, if they want to be a success. As for me, I am not sure in what field of economy I am going to work but I know that the speciality of an economist is very important for the development and prosperity of the country.

Задание 3

Tatiana Ivanova entered the department of distance education of Moscow State Industrial University two years ago. She has her own family and she has to combine her work and studies. She studies at the Faculty of Economics, Management and Information Technologies, which trains a wide range of specialists, including specialists in accounting, marketing, advertising, office administration, management and import/export operations. The graduates of the University will work at banks, jointventures and different companies as financial analysts, auditors, managers, chief accountants, directors. Banks, companies and various offices are looking for professional candidates who know how to operate computers, fax, e-mail, Internet. Thus to get an interesting job one should be highly educated, energetic and patient, as well as, have good manners.

Задание 4

Economics is a science studying economy. Economics like any other natural and social sciences tries to reveal laws and principles. 23 During the modern history economists call economics simply the «science of wealth». Economics is the study of how societies use scarce resources to produce valuable commodities and distribute them among people. The major goal of economics is to define the most effective way of managing the economic life of the country. The economy means a system of management, use and control of money, goods and other resources of the country and community. The economy comprises people, companies, the government of the country, local authorities, and decisions about prices and wages, what to produce, export, import and other matters. So the economy is complicated and difficult to predict, but it is important to businesses because changes in the economy influence all types of business.

Задание 5

There are three types of the economy, namely, a command economy, a market economy and a mixed economy. In those cases when the government makes economic decisions about production and distribution of goods and services, such type of economy is called the command economy. When decisions are made in markets it is called the market economy. In this case all questions connected with the production and consumption are solved by private firms and individuals. Mixed economies use the elements of market and command. All contemporary societies are mixed economies. Economists classify the science of economics into two branches: macroeconomics and microeconomics. Microeconomics in the modern world means making economic decisions within the cor-

poration or partnership. Microeconomics deals with people, economic decisions made by people, businesses – how companies run their business within their country. In microeconomics we look at which goods are produced, who produces these goods, and who gets them.

Задание 6

Economists classify the science of economics into two branches: macroeconomics and microeconomics. Microeconomics in the modern world means making economic decisions within the corporation or partnership. Microeconomics deals with people, economic decisions made by people, businesses – how companies run their business within their country. In microeconomics we look at which goods are produced, who produces these goods, and who gets them. Macroeconomics is the interaction in the economy as a whole; it looks at how the domestic economy interacts with economies of other countries. 24 There is a close interconnection between macroeconomics and microeconomics: macroeconomics outcomes depend on micro behavior, and micro behavior is influenced by macro outcomes.

Задание 7

There are three forms of organization of your business. These forms are the sole proprietorship, the partnership and the corporation. Which of these forms of organization you choose depends on such questions as the size of your business, whether you are the only owner of your business or you have partners.. A sole proprietorship is the simplest organizational form. There is one owner of the business, who usually takes the title of President. So he or she can make any decision without consulting anyone. Such kinds of business are in the service industries, such as repairing shops, restaurants, etc. A partnership means that there is more than one owner to carry out business. And each partner declares his or her share of profit or loss on the personal income tax return.

Задание 8

A partnership means that there is more than one owner to carry out business. And each partner declares his or her share of profit or loss on the personal income tax return. There is a special type of partnership, called a limited partnership, where the limited partner is not involved in the management of the firm. This form of organization is useful in such professional fields as law, insurance, and some industries, for example, oil prospecting. But partnership has some disadvantages. Partnership business fails when one of the partners loses his interest or disagrees with the other. A corporation is a more formal way of organization. It is established for the purpose of making profit and operated by managers. Corporation involves registration with a state department of commerce. There are some advantages, such as being able to attract financial resources, and to attract talented specialists and managers due to high salaries. In general, this form is economically better for business when its profit reaches a great sum of money.

Задание 9

We know three forms of organizing business: the sole proprietorship, the partnership and corporation. The sole proprietorship is the simplest organizational form, where there is only one owner of the business. A partnership is a

business form of more than one owner to carry out business. In this form of business there may be a silent partner, which invests money to get profit but has no right to manage. A corporation is a business form of an institution operated by managers. The advantages of this form of business are the ability to attract financial resources, and to hire talented specialists and managers. This form is economically better when the profit reaches a great sum of money. The main rule of any kind of business is to sell the right product at the right time in the right place. In this case the business will be successful.

Задание 10

A University tutor and a student are discussing forms of business at the examination. Tutor: How many forms of business do you know? Student: There are three forms of business: the sole proprietorship, the partnership and the corporation. Tutor: What is the advantage of the sole proprietorship? Student: There is only one owner who can make any decision without consulting anyone. Tutor: And what about the partnership? Student: There is more than one owner in this kind of business and each partner declares his share of profit or loss. But when they disagree with each other the business fails. Tutor: What can you tell me about corporations? Student: Well, a corporation can attract financial resources, talented specialists and is operated by managers. This form of business is established for the purpose of making profit. Tutor: Fine. You know the subject well.

Задание 11

Many businesses are sole proprietorships, firms owned and operated by a single person. When a person decides to open an 42 independent business, that person is then entirely responsible for its success or failure. Any profits go to the owner; any losses are his orher responsibility as well. One of the advantages of a sole proprietorship is that an owner can make decisions without consulting anyone. And individual proprietor, by law, pays fewer taxes than does a corporation. However, there are disadvantages to this form of business organization. A sole proprietorship ends with the incapacity or death of the owner. The sole proprietorship is well adapted to many kinds of small businesses. Some economic benefits of small businesses are: – a small business is often the starting point for developing a new product or service; – the small business can give a person a chance to get experience; – small businesses are well suited for meeting specialized local needs; – small businesses provide a service where knowing one's customers is important.

Задание 12

When a proprietor wants to expand a business, one way to do so is to form a partnership, a business formed for profit by two or more co-owners. The rights and duties of a partnership are regulated by laws of the state where it is formed and by a legal agreement made by the co-owners. Usually an agreement specifies the amount of money, each is investing and duties each partner assumes. A partnership agreement also may provide for a «silent partner» who does not take part in the management, but who invests money in the business. The partnership has the advantage of pooling managerial talent. One partner may be qualified in

production, another in marketing. The partnership has a favourable tax position when compared with the corporation. Federal taxes are paid by individual partners on their share of earnings, beyond that the business is not taxed.

Задание 13

The partnership has the advantage of pooling managerial talent. One partner may be qualified in production, another in marketing. The partnership has a favourable tax position when compared with the corporation. Federal taxes are paid by individual partners on their share of earnings, beyond that the business is not taxed. A major disadvantage of the partnership is that each member is liable for all debts of the partnership; the act of any partner is legally binding upon the others. For example, if one partner takes a large sum of money from the business and wastes it, the others must pay the debt. Partnership has another disadvantage: decision-making is shared. If partners have serious disagreements, the business is failed. Nevertheless, the partnership remains a vital part of the whole business economy.

Задание 14

Franchising, a practice applied to small business, has increased in recent years. Franchising combines the economic efficiencies of the large corporation with the benefits of local ownership. In this transaction, a large company allows an individual or a small group of proprietors to use its name in exchange for a percentage of the profit. The proprietor, who is usually not an employee of the parent company, is responsible for the management and operation of one unit of the larger chain. The individual owner must also assume the risk connected with the enterprise. Franchising has costs as well as benefits for the economy. The rise of chain stores is the source of the development of partnership. Chain stores (buying in large quantities and selling a high volume) make it possible to sell goods at lower prices than small-owner stores. Chain supermarkets using low prices car attract more customers. Nevertheless some sole proprietors join forces with others and form cooperatives.

Задание 15

Although there are many small- and medium-size businesses, bigger corporations are needed to perform certain services in the vast state economy. Large corporations can supply goods and services to a greater number of people than the small businesses. They serve consumers across the country and across the world. Corporate products cost less because of the large volume. Large corporations also have great sum of money to research, develop and produce new goods. The scientific «know-how», innovation and technical capability permit them to maintain the competitiveness and productivity. A corporation is a specific legal form of organization of persons and resources which is established for the purpose of conducting business and making profits.

Задание 16

A corporation is a specific legal form of organization of persons and resources which is established for the purpose of conducting business and making profits. When people and resources are brought together to form a corporation, the result – in the eyes of the law – is a person. The corporation may own prop-

erty, sue or be sued in court and make 59 contracts. For this reason, the corporation is an ideal means for the conduct of business by many smaller enterprises as well as larger ones. The corporate form of business has some advantages and disadvantages. First, large corporations can hire talented managers and specialist to conduct the business. Second, the owners of shares have limited liability; they are not responsible for corporate debts. Third, the corporation is not damaged by the death or disinterest of a particular person.

Задание 17

The corporate form of business has some advantages and disadvantages. First, large corporations can hire talented managers and specialist to conduct the business. Second, the owners of shares have limited liability; they are not responsible for corporate debts. Third, the corporation is not damaged by the death or disinterest of a particular person. One disadvantage is taxation. As a separate legal unit, the corporation must pay taxes. Then when the corporation pays profits to individuals in the form of dividends, the individuals are taxed again on these dividends. This is known as double taxation. Another disadvantage is that the ownership becomes separated from management. Sometimes managers act more in their own interests than those of stock holders.

Задание 18

Perhaps the most outstanding feature of the large corporation is its great number of shareholders. A big company may be owned by a million people and many of them own fewer than 80 shares. Usually, directors and managers own less than 5 percent of the common stock. With shareholders living in all parts of the country, it is impossible for them to know all details about their business. In this case, effective control is in the hands of the corporation's board of directors. The board of directors is headed by the chairman or president, who is often an experienced executive and has a great deal of freedom in the operation of the company. The board of directors meets monthly to discuss policy related to operational decisions and to review accomplishments. At annual meetings the major policy decisions are made. Every corporation must send a written notice of the annual 62 meeting to each stockholder. Individual stockholders have great power over corporate management by selling or buying their shares to drive the price of the stock down or up.

Задание 19

Frank: Good afternoon, Steeve! It's so nice to see you. How are you getting on? Steeve: Good afternoon, Frank. Quite all right. And how are things with you? F.: Everything is all right, Thanks. I'm an officer in a large oil company. S.: Nice to hear it. I think you were offered high salary. F.: You are quite right. But it is not the only reason for my working there. I like my job. My duties are to supervise daily management of the company. I'm trying to do my best to enlarge the profitability of the company. This job is very alive. S.: And what about shareholders? Do they elect a board of directors and choose the company's officers? F.: Yes, of course. Though the administration of the company supervises daily management, the stockholders have final authority. They vote at annual meetings. S.: I see. You have a success, haven't you? F.: Oh, yes. Why don't we

go for a caffee?

Задание 20

Management is the art of getting things done through other people. It includes the personnel who have the right to make decisions that influence company's affairs. There are three management levels: top management, middle management and operating management. Top management includes the president, vice presidents, and the general manger. Middle management includes department mangers and plant managers. Operating management includes supervisors, foremen, etc. The most important responsibility of any manager is decision making. Successful management is a skill of choosing from alternatives. 67 Decision makings are divided into: recognizing the problem, defining and analyzing the problem, evaluating alternative solutions, choosing the most favourable solution and implementing the approuch chosen.

Задание 21

The most important responsibility of any manager is decision making. Successful management is a skill of choosing from alternatives. Decision makings are divided into: recognizing the problem, defining and analyzing the problem, evaluating alternative solutions, choosing the most favourable solution and implementing the approuch chosen. Management functions are planning, organizing, directing, controlling, staffing and innovating. It should be noted that successful management is based on three basic elements: leadership, motivation and communication. To operate a successful business one should have management skills because effective management is the key to business success.

Задание 22

A partnership means that there is more than one owner to carry out business. And each partner declares his or her share of profit or loss on the personal income tax return. There is a special type of partnership, called a limited partnership, where the limited partner is not involved in the management of the firm. This form of organization is useful in such professional fields as law, insurance, and some industries, for example, oil prospecting. But partnership has some disadvantages. Partnership business fails when one of the partners loses his interest or disagrees with the other.

Задание 23

Management is the art of things getting done through other people. It includes the personnel who have the right to make decisions that influence company's affairs. There are three management levels: top management, middle management and the operating manager. Middle management includes department managers and plant managers. Operating management icludes supervisors, foremen, etc. Transporting means carrying goods form the place of their production to the place of their selling. Storing is necessary because the consumer desires to buy goods without waiting. Pricing involves of the art determining what price is the best. Selling involves helping consumers to discover their needs.

Задание 24

John has been studying management techniques at an American corporation for three years. Now he is looking for a job. He read an advertisement in a

newspaper: «Wanted a sales manager». He decided to try his chance. Telephone is calling. Secretary: 452 00 85. Who is calling, please? John: Hello. My name is John. Can I speak to your manager, please? I'd like to know about an advertisement in the newspaper. Secretary: Sorry, he's just gone out. Would you like to ring back later? John: What time could I reach him? Secretary: Oh, I'm very sorry, he's just come in. John: That is very nice. Thank you, very much! And what is his name? Secretary: Mr. Preston. I'll put you through to him. John: Hello, Mr. Preston, this is John Simpson. I'm phoning about a job of a sales manager. Mr. Preston: That is good. We are interested in an experienced manager. Have you any experience as a sales manager? John: I have been studying management techniques, such as, management functions, decision making and other effective methods in one of an American corporation. So I have some experience. Mr. Preston: O.K. I'll be waiting for you tomorrow at 10 o'clock with documents and a resume, and we shall discuss all in detail. John: Thank you, very much, Mr. Preston! Good bye! Mr. Preston: Good bye, Mr. Simpson!

Задание 25

Marketing is the performance of business activities connected with the flow of goods and services from producers to consumers. Marketing includes the following operations: transporting, storing, pricing, and selling goods. The most important thing in marketing is finding out who the customers are and what they want. Marketing is the process of having the right product at the right time in the right place, the process that brings mutual benefit to customers and vendors. Transporting means carrying goods from the place of their production to the place of their selling. Storing is necessary because the consumer desires to buy goods without waiting. Pricing involves the art of determining what price is the best. Selling involves helping consumers to discover their needs. Marketers should inform potential buyers of where goods can be bought and how much they cost. Marketing research is also very important. The following steps in marketing research are: defining the problem, collecting data, compiling data and analyzing the results, advertising. Marketing operations are very expensive and one should consider the value added through marketing. Marketing becomes too costly only when cost exceeds the value it adds.

6 семестр

Задания 1 типа.

Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющие оценить степень владения студента принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними

1. Образование и употребление Present Perfect Continuous.
2. Образование и употребление Past Perfect Continuous.
3. Образование и употребление Future Perfect Continuous.
4. Образование и употребление Present Perfect.

5. Образование и употребление Past Perfect.
6. Образование и употребление Future Perfect.
7. Образование и употребление Present Continuous.
8. Образование и употребление Past Continuous.
9. Образование и употребление Future Continuous.
10. Образование и употребление Present Simple.
11. Образование и употребление Past Simple.
12. Образование и употребление Future Simple.
13. Имя прилагательное. Степени сравнения прилагательных.
14. Отрицательная форма повелительного наклонения.
15. Модальные глаголы.
16. Именные придаточные предложения.
17. Косвенная речь.
18. Страдательный залог.
19. Употребление герундия и инфинитива.
20. Причастия, деепричастия, отглагольные прилагательные.
21. Сложное дополнение.
22. Порядок слов. Инверсия.
23. Простые неличные формы глагола: Participle I.
24. Простые неличные формы глагола: Participle II.
25. Безличные и неопределенно-личные предложения.

Задания 2 типа.
Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучаемых выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

Составить сообщение на следующие темы:

1. The place and role of small business in the high-tech sector of the economy.
2. Using cloud computing technologies to improve efficiency in small business organizations.
3. The role of education in the development of small business in the digital economy.
4. State regulation of the development of the digital economy.
5. Directions of state support for the development of high-tech small business.
6. Forms of liquidation of business organizations.
7. Factors affecting the level of business risk.
8. Economic risk management.
9. The nature and types of responsibility of entrepreneurs.
10. Conditions for the emergence of civil liability of entrepreneurs.
11. Methods for ensuring the fulfillment by entrepreneurs of their obligations.

12. Criminal liability of entrepreneurs.
13. Classification of business risks.
14. The main elements of the mechanism for neutralizing entrepreneurial risks.
15. Reorganization of commercial organizations.
16. Insolvency of organizations.
17. Bankruptcy procedure.
18. Priority of satisfaction of creditors' claims.
19. Settlement agreement.
20. Execution of Judicial Acts of Arbitration Courts.
21. Consideration by the arbitration court of cases on the recovery of mandatory payments and sanctions.
22. Proceedings in the commercial court on certain categories of cases.
23. Form and content of the statement of claim filed with the commercial court.
24. Claim price.
25. Finding sources of financing for a business plan.

Задания 3 типа

Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

Прочитайте и переведите текст

Задание 1

Early in human existence people learned that their individual efforts often fell short of success. They found that they were unable to accomplish many tasks that require more than individual effort. The result was that only limited goals could be attained. Therefore the necessity of group activity was discovered relatively early in human existence.

Group activity could be aimed at some higher, more complex set of goals and could thus bring greater benefits to all concerned. This quality of group activity must be counted as one of the chief requirements for success. Cooperation is a prime element of a group of people who want to achieve more than they can acting individually. A system of group relationships built upon and fostering cooperation, then, is basically the meaning of an organization.

This system of cooperation consists of several parts: the human element, the physical clement, the work clement, and the coordination element. All of these elements, taken collectively, can he thought of as an organization.

Thus, organization is an open, dynamic, purposeful social system of cooperation designed to enhance individual effort aimed at goal accomplishment; consists of the human clement, the physical element, the work element, and the coordination element; transforms resources into outputs for users.

It is important to examine the various parts or components of organization theory in order to outline its broad scope. These components are: goals, work, power and authority, delegation, structure.

Задание 2

Every organization is initially built to accomplish some goal. Goals are the starting point for the design and maintenance of the organization itself. At the same time, these goals must meet a need that society has defined as important. Thus, consumer needs play a crucial role in organization.

Once the goal of an organization is established, it is time for the members to decide on the type of work activity that will be necessary to accomplish these goals. Basically, any organization must perform two fundamental types of work: primary and secondary. The primary work (it also commonly referred to as line work) consists of production and distribution of goods and services that will satisfy consumer needs. The secondary work (it is often termed staff work) consists of all those activities that support and extend the operations of primary work. For example, in a manufacturing firm, the secondary work would include accounting, personnel and quality control.

Задание 3

No theory of organizations would be complete without a treatment of the roles that power and authority play in organizational activity. These two components of theory help explain the network of relationships that tie the other components of an organization together into some logical pattern.

Power is the ability to influence others successfully. It comes from any single or combination of possible sources. For example, one can have power over others because of one's intelligence, skill, or money. Regardless of its source, power enables its holder to exercise one's will over others.

Authority can be defined as power that has been given official recognition by the organization. Once an organization legally authorizes an individual to act on its behalf, that person is said to possess authority. Every member of the organization has some amount of authority to take action necessary to cany out his responsibility.

Задание 4

Organizations that enjoy any measure of success find it necessary to increase their membership and to assign duties to these additional members. The process will result in the necessity to divide the work of the organization into sub-units or groups. Each of these groups will be under the direction of a manager or managers. In order for these managers to perform their managerial duties properly, they must be granted appropriate responsibility and authority. The means for making these assignments is termed delegation. In general, delegation may be defined as the process of transferring an obligation (responsibility) and an accompanying right (authority) from a superior to a subordinate position in the organization. Without delegation, an organization simply cannot exist and prosper. The patterns of work divisions and their hierarchical arrangements constitute the basic components of structure. Structure, then, is the hierarchical pattern of authority, responsibility, and accountability relationships designed to provide coordination of the work of the organization. It is basically a managerial tool that aids in guiding the organization towards its goals and can be considered the skeleton of the organizational body.

Задание 5

The idea of hierarchy of authority, the division of organization by function, the differentiation of responsibility of the line (doers) and the staff (the advisors) are all inventions of the church and military leaders who were faced with the need to manage large aggregations of human, technical, and material resources. Organizations create an officially sanctioned structure known as the formal organization or de jure organization. A formal organization is only half the story, for superimposed on these relationships is a whole series of informal or de facto relationships that are not sanctioned by the organization. These include informal work groupings of employees, informal leaders, informal channels of communication and informal power and status differentials. Usually the structure of an organization is rather permanent and stable but in some cases a temporary, ad hoc, organization may be created. The organization exists to reach a certain goal or set of goals and disbands once the goal is achieved.

Задание 6

Strategy and planning in an organization begin with analysis, and a well-known tool to do this is a SWOT analysis (looking at the internal Strengths and Weaknesses of the company, and the external Opportunities and Threats).

Planning itself can be categorized into two main types depending on the time-scale and purpose of the planning.

Strategic planning is concerned with the longer term and 'the big picture'. It is the process of defining the company's mission, determining the overall goals of the organization and allocating resources to reach those goals. It is done by top and middle managers.

Operational planning is concerned with translating the general, longterm goals into more specific, concrete objectives. It involves monitoring the day-to-day work of departments. It is done by middle and supervisory managers.

Задание 7

A business organization is frequently referred to as a business entity. A business entity is any business organization that exists as an economic unit. Business entities can be grouped according to the type of business activity they perform. Service companies perform services for a fee. This group includes companies such as accounting firms, law firms, repair shops, and many others. Merchandising companies purchase goods that are ready for sale and sell them to customers. They include such companies as auto dealerships, clothing stores, and supermarkets. Manufacturing companies buy materials, convert them into products, and then sell the products to the companies or to the final customer. Examples are steel miles, auto manufacturers, and so on.

The business entity concept applies to all forms of businesses — single proprietorship, a partnership, and a corporation.

A sole trader (UK) /a single (sole) proprietorship (US,) is business owned by an individual and often managed by that same individual. Single proprietors include physicians, lawyers, electricians, and other people who are 'in business for themselves'. In a single proprietorship.

Задание 8

A partnership (UK and US) is a business owned by two or more persons associated as partners. Partnerships are created by an agreement. Included in the agreement are such terms as the initial investment of each partner, the duties of each partner, the means of dividing profits or losses between the partners each year, and the settlement to be made upon the death or withdrawal of a partner. Accountants, attorneys, and other professionals frequently operate their firms as partnerships.

A corporation (US*)/company* (US and UK) is a business owned by a few persons or by thousands of persons. The owners of the corporation are called shareholders (UK) or stockholders (US). They buy shares of stock. If the corporation fails, the owners lose only the amount they paid for their stock. The personal assets of the owner are protected from the creditors of the corporation.

Speaking about companies, we should differentiate between private, public and state-owned companies. Private companies are private in the sense that they cannot be bought by members of the public. The vast majority of companies fall into this category. They're often smaller companies, with shares held by a few business associates or family members. Public company: the shares are openly traded on a public stock exchange. These are the large, often well-known businesses. The word 'public' should not be confused with 'state-owned'. A 'state-owned enterprise' (SOE) is owned by the government.

Задание 9

The stockholders do not directly manage the corporation; they elect a board of directors to represent their interests. The board of directors select the president and vice president, who manage the corporation for the stockholders. Not all Boards are fully independent, but in general their role is to:

- Set long-term strategy'.
- Appoint a Chief Executive Officer (CEO) and other members of the senior management team to run the company day-to-day.
- Ask questions about any short- or medium-term strategy developed by the CEO, and then support it once they have agreed.
- Oversee the preparation of the financial statements.
- Appoint and ensure the independence of the company's auditors.
- Oversee and manage risk.
- Set an annual dividend.

At the Annual General Meeting the shareholders can question Board members, vote to accept or reject the dividend, vote on replacements for retiring Board members, etc. But, in practice, the situation may be different. In particular, most shares are held by large institutions, and these may simply sell their stake if they aren't happy, instead of trying to change the Board. In reality many Board members are chosen by the CEO and the shareholders simply approve these members.

Задание 10

The key factor in owning any company is the guarantee called limited liability (Ltd): the owners of a company never have to pay more than they have invested in the company. Their liabilities are limited. When a company goes bank-

rupt, the owners can never be required to pay its unpaid bills.

The worst that can happen to investors in a limited liability company is losing their initial investment if the company fails. By limiting the downside risk for shareholders, companies are able to attract equity investors and raise large amounts of funds called equity capital through sales of shares rather than by borrowing money at potentially high interest rates.

The names of companies around the world reflect this guarantee of limited liability. The abbreviations “GmbH” in Germany, “Inc.” in the United States, or “Ltd”, in most other English-speaking countries indicate that the firm is a limited liability company and investors have nothing more to lose than the money invested in their shares. The “S.A.” in French and Spanish-speaking countries also refers to limited liability by defining shareholders as “anonymous”. Since the identity of shareholders can be kept secret, the creditors of a bankrupt company have no right to pursue them for the company’s unpaid debts.

Задание 11

Many countries make a clear distinction between public and private companies, with separate designations, such as AG and GmbH in Germany, or Pic (Public) and Ltd. in Britain. Generally, “public” companies are those large enough to have their shares traded on stock exchanges, while smaller unquoted companies are said to be “private”, even though their shares can be held by the public at large. In some countries, a large company is said to be privately owned if its shares are not available to the general public. In the United States, where little distinction is made between public and private companies, most companies simply bear the title “Incorporated”.

Задание 12

Why do nations trade? The answer is that nations have different quantities and qualities of economic resources and different ways of combining them. By engaging in free trade, nations make more efficient use of their and world’s scarce resources.

International business includes all transactions that involve two or more countries. In order to participate in international business a company must establish international operational forms, the major of which are described below.

Merchandise exports are goods sent out of a country[1] whereas merchandise imports arc goods brought in. Since these arc tangible goods that visibly leave and enter countries, they are sometimes referred to as visible exports and imports. Exporting and importing of goods are the major sources of international revenue and expenditure for most countries. Importing and/or exporting is usually but not always, the first type of foreign operations in which a firm gets involved. This is because at an early stage of international involvement these operations usually take the least commitment and least risk of a firm's resources.

Задание 13

Direct investment takes place when control follows the investment. This can amount to a small percentage of the equity of the company being acquired, perhaps even as little as 10 percent. The ownership of a controlling interest in a foreign operation is the highest type of commitment to foreign operations in the

given country. Direct investment operations may be set up in order to gain access to certain resources or access to a market for the firm's product.

When two or more organizations share in the ownership of a direct investment, the operation is known as a joint venture. In a special type of joint venture, a mixed venture, a government is in partnership with a private company.

The multinational enterprise, or MNE, has a worldwide approach to foreign markets and production and an integrated global philosophy encompassing both domestic and overseas operations. The term multinational corporation, or MNC, is also quite common in the literature of international business. Another term sometimes used interchangeably with MNE. especially by the United Nations, is transnational corporation, or TNC.

Задание 14

Peter Senge, an American business strategist, came up with the concept of learning organizations in his best-selling business management book. The Fifth Discipline. He defined them as companies where people continually expand their capacity to create the results, they truly desire, where new and expansive patterns of thinking are nurtured, where collective aspiration is set free, and where people are continually learning to see the whole together'. At the heart of this vision is what he called 'systems thinking' - an ability to see and think about the organization as a whole, not just as a lot of disconnected parts. It emphasizes the need for the whole team to focus, learn, and build a shared vision.

- What potential benefits might there be for a learning organization?
- Do you like the idea of a learning organization?
- Do you see any drawbacks in this approach?
- How realistic is it for a company to become a learning organization?

Задание 15

It sounds great, but does it actually work in practice? Those who maintain that it does, suggest that although it tends to cause upheaval and a real paradigm shift within a company, it usually leads to improved results. This is because 'systems thinking' means all levels of staff are actively encouraged to be creative and to take a holistic view of the business. Performance management and personal development plans play a key role in ensuring this happens, and the result is that all staff become far more engaged in the success of the company.

Conversely, there are some who question whether creating a learning organization is possible in the real world. They argue that in most cases a radical structural change to a company's culture is needed for it to stop thinking about training individuals and to start focusing on learning at the wider organizational level. There is also a suspicion that while the ideal is to have total employee participation and engagement in the learning process, in reality management will continue to impose values on a reluctant but deferential workforce. The argument against the 'learning organization' concept is that in the long run, what employees really need is to be able to do what they do better, not to spend time worrying about the bigger picture, and that companies should simply direct training towards addressing any skills deficit and encouraging professional development across the board in response to individual training needs.

Задание 16

Getting any organization to change is a slow process, but it’s the initial stage — when the change is first announced — that is by far the most important. That’s when the people in an organization start thinking about how the change will affect them personally. They weigh up the pros and cons and ask questions about its usefulness. Reactions will range from enthusiastic support, to apathy, to rejection. The people affected by the change will typically fall into the following three groups.

If they can see the advantages of the change, your supporters will try to persuade their colleagues to accept it. They'll take an active pail in the process and will do their best to understand the new procedures and adapt to new programs.

They can see that the proposals have good and bad points, but they may be nervous about the idea of change and feel anxious about changes to their current situation. They may oppose some of the ideas, but, given enough pressure, they’ll eventually accept the changes as necessary. They won’t be antagonistic, but they won't be committed either, so you'll need to lead them through the exercise - which they’d prefer not to do.

Задание 17

These are going to be your biggest problem. They’ll be difficult, rebellious and unwilling, and will try hard to resist the change. If they do eventually agree to it, they will still feel resentful and will be constantly watching for the slightest mistake. If they can't sabotage the new' ways of working, they may react by becoming apathetic and doing as little work as possible.

Clearly, it’s an advantage to have few' 'opponents’ in an organization, and the challenge is to create real enthusiasm and commitment, and get enough people ‘on board' in support of the change. The key thing is to involve staff at the very beginning in the problem-solving phase. If you do, they’re much more likely to be positive and enthusiastic about the solution.

Задание 18

The world is often a dangerous place to do business in. For an organization to survive it must become adept at identifying and managing possible risks. In our personal lives we do this every day, often without thinking about it. Before we cross the road, we look around to make sure there isn’t a vehicle heading towards us. And every parent weighs up all potential dangers before allowing their child to run the risk of riding a bike outside. Businesses have to make predicting, recognizing, and minimizing risk as natural and habitual as this.

Some risks affect all businesses, such as the unpredictability of economics (e.g. inflation), politics (e.g. new legislation), and business realities (e.g. late payments). However, there are also risks specific to each sector. In the volatile telecommunications sector, a mobile phone company has to anticipate shifting customer taste in a market that is moving so fast it’s hard to look one year into the future, let alone ten.

It’s been said that the species most likely to survive is the one most responsive to change. The problem in risk assessment is that progression and change in

today’s world is no longer linear and predictable.

Задание 19

The only successful business will be one that accepts uncertainty and is flexible enough to respond to change as it comes. That’s where Watchman can help. This impressive software accepts a variety of inputs and then produces a stunning three-dimensional graphic display that allows you to view various risk factors at a glance, all against an interactive timeline. Intuitive controls allow-you to filter the output to compare probabilities, determine the relative importance of each risk factor, and evaluate potential impact. And, of course, you can alter the variables to gauge how different conditions make an impact — in the hope that this knowledge will help you to avoid exposing your organization to unnecessary risks.

So it’s great as far as it goes, but there is a problem. If the input you provide is incomplete this will affect the quality of the risk analysis. Watchman can't do the thinking for you and it can’t determine whether a threat is directly relevant to your company. It’s a sound program, but it’s no replacement for the skilled, intuitive work done by an experienced risk manager.

Задание 20

In his book Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity, philosopher Francis Fukuyama observed that societies worldwide can be divided into two kinds: “high-trust” and “low-trust”. He also argues that the highest-trust societies - those in which integrity is most admired, encouraged, and respected - are also the most law-abiding, free, and prosperous.

At the other end of the societal spectrum, however, are those societies characterized by tyranny, thievery, dishonesty, and corruption. Each of these are, without exception, both undemocratic and poor.

Trust Is the Key. Trust is the lubricant of human relationships. Where there is high trust among and between people, economic activity flourishes and there are opportunities for all. On the other hand, where there is low trust, economic resources are squandered in an attempt to protect against thievery and corruption - or these resources are not available at all.

Задание 21

A company’s image is like an orchestra. No single instrument is responsible for an orchestra’s success or failure. Likewise, the image that a company projects is not based on a single business card, glossy brochure or fashionable display, but on the total impression created by all of these things and more. There are many intangibles that can be critical, like the reputation you have, your principles and professionalism, your creativity, and even the warmth of an initial welcome.

For a company to come across well internationally, it also needs to consider the culture of its client or customer. A Finn might take an instant dislike to extravagance, a German might prefer innovation to tradition, a French might put personal rapport before anything else.

Images can create a negative impression or a positive feeling in a few seconds. If you get it right, that favourable first impression will help in building a

successful business relationship.

1. Why is a company's image like an orchestra?

2. What is the meaning of intangibles in a business context?

3. Discuss an experience you have had of a positive or negative first impression of a company. What factors contributed to this?

Задание 22

Every business — in fact every organization — has a culture. Sometimes it is fragmented and difficult to read from the outside — some people are loyal to their bosses, others are loyal to the union, still others care only about their colleagues. If you ask employees why they work, they will answer 'because we need the money'. On the other hand, sometimes the culture of an organization is very strong and cohesive; everyone knows the goals of the corporation, and they are working for them. Whether weak or strong, culture has a powerful influence throughout an organization. It affects practically everything — from who gets promoted and what decisions are made, to how employees dress and what sports they play. Because of this impact, we think that culture also has a major effect on the success of a business.

At the heart of corporate culture - and critical to a company's success - are the 'shared values' which, says *Corporate Cultures,* 'provide a sense of common direction for all employees and guidelines for their day-to-day behavior'. A company like Caterpillar, for example, revolves around 'an extraordinary commitment to meeting customer needs' - symbolised in their slogan '24-hour service anywhere in the world'. According to Terrence Deal and Allen Kennedy, 'often companies succeed because their employees can identify, embrace, and act on the values of the organization'.

Задание 23

We value integrity, honesty, openness, personal excellence, constructive self-criticism, continual self-improvement, and mutual respect. We are committed to our customers and partners and have a passion for technology. We take on big challenges, and pride ourselves on seeing them through. We hold ourselves accountable to our customers, shareholders, partners, and employees by honoring our commitments, providing results, and striving for the highest quality.

The five core values underpinning the way we do business are:

Integrity. We must conduct our business fairly, with honesty and transparency. Everything we do must stand the test of public scrutiny.

Understanding. We must be caring and show respect and compassion for our colleagues and customers around the world, and always work for the benefit of our country.

Excellence. We must constantly strive to achieve the highest possible standards in our day-to-day work and in the quality of the goods and services we provide.

Unity. We must work cohesively with our colleagues across the group and with our customers and partners around the world, building strong relationships based on tolerance, understanding, and mutual cooperation.

Responsibility. We must continue to be responsible and sensitive to the

countries, communities, and environments in which we work, always ensuring that what comes from the people goes back to the people many times over.

Задание 24

Although the concept of organizational climate is somewhat nebulous, it is valuable in understanding several aspects of organizational behavior. Organizational climate is the overall favorability of member attitudes and perceptions with reference to specific activities and features of an organization.

Organizations tend to have their specific culture: a peculiar mix of values, attitudes, norms, habits, traditions, behaviors and rituals. Some organizations are well aware of their culture and regard it as a powerful strategic tool, used to orient all units and individuals toward common goals, mobilize employee initiative, ensure loyalty, and facilitate communication. They aim at creating a culture of their own and making sure that all employees understand it and adhere to it. The specific cultural values of an organization may concern, for example:

• the organization's mission and image (high technologies, innovative spirit, superior quality);

• seniority and authority (respect for seniority; seniority as a criterion of authority);

• the treatment of people (concern for people and their needs, equitable treatment or favoritism, privileges, respect for individual rights, training and developing opportunities, how people are motivated);

Задание 25

The way culture imprints itself on the manner a person thinks, acts, perceives the environment and reacts to things around him/her is very strong and virtually indelible. Culture determines every aspect of human behavior and gives rise to cultural identity in addition to national and our own individual identity. Amazingly, nearly all this imprinting is done before we reach the age of seven.

Regardless of the organization you join, you are likely to be dealing with people who come from various national, religious, and ethnic backgrounds. Communicating across language and cultural barriers at home will challenge your skills. Without leaving your ow n country, you're likely to come into contact with people from a variety of backgrounds who work in your company, industry, and community. Cross cultural differences are all around us.

How then can we access cultural understanding to help us in our day- to-day relationships? First, it is important to understand and identify aspects of culture that lead to creating the way we think and behave. Also, we need to understand that the cultural spectrum holds different shades for a person, a society and a nation, helping each of them adapt to a common collective identity. In the process of evolving this collective identity, culture transcends its traditional role of providing a set of beliefs, customs, norms, values, ethics, traditions, moral, social and legal codes, perceptions, and philosophy. It becomes the overall physical framework for the society to function - it becomes the institutions that govern and the schools that educate, for example. These are all manifestations of culture.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Русский язык и культура речи»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 4
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 7
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 8
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 17
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 20

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Русский язык и культура речи» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки России от 12.08.2020 N 963.

Дисциплина «Русский язык и культура речи» посвящена изучению базовых понятий и представлений в области русского языка и культуры делового общения. Дисциплина обобщает и систематизирует знания студентов об устройстве и функционировании языка в различных сферах общественной деятельности, в том числе и в сфере деловых отношений; формирует общую систему теоретических представлений о нормах русского литературного языка; знакомит студентов со спецификой делового общения, основными функциями и средствами делового общения, помогает овладеть жанрами письменной деловой речи, а также развивает ряд практических умений и навыков, позволяющих студентам беспрепятственно включаться в процесс делового общения и устанавливать эффективные отношения с собеседником.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в1 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- раскрытие сущности и содержания основных категорий и понятий *культуры речи*;
- развитие у студентов умения оптимально использовать средства русского языка в устном и письменном общении,
- обобщение, систематизация и углубление знаний о нормах русского литературного языка;
- уяснение особенностей функционирования в речи тех или иных языковых средств в зависимости от целей и условий общения, а также в зависимости от формы речи (устная / письменная);
- формирование умения осуществлять выбор языковых средств в зависимости от целей и условий общения, а также в зависимости от формы речи (устная / письменная)
- изучение особенностей построения текстов документов;

- развитие умения выбирать языковые средства, отвечающие жанру и форме документа, и создавать на базе выбранных языковых средств текст документа;
- формирование умения использовать знания техники аргументации в ходе деловой беседы, диспутов, дискуссий.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	**УК-4**	**УК-4.1** Демонстрирует знание основных норм, функциональных стилей, аспектов взаимодействия в деловой среде на языке коммуникации	знает основные нормы русского литературного языка: орфоэпические, акцентологические, грамматические, лексические; основные функциональные разновидности русского литературного языка; слагаемые культуры деловой речи, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата (точность,	умеет правильно произносить акцентологически трудные слова; употреблять слова в речи в соответствии с их значением, правильно образовывать формы слов, строить предложения и словосочетания в соответствии с синтаксическими нормами; осуществлять выбор языковых средств в	имеет практический опыт анализа и редактирования текстов различных функциональных стилей русского литературного языка с точки зрения нормативного построения, а также уместности и эффективности использования тех или иных языковых средств	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

			логичность, уместность, чистота, выразительность, богатство)	зависимости от стилевой принадлежности текста		
		УК-4.2. Умеет правильно, непротиворечиво и аргументированно строить устную и письменную речь	знает технику аргументации, используемую в ходе деловой беседы, диспутов, дискуссий; последовательность подготовки и проведения основных форм делового общения; этикетные формулы в устной и письменной коммуникации	умеет выбирать языковые средства русского литературного языка в зависимости от условий и целей общения, а также в зависимости от формы речи (устная/письменная)	имеет практический опыт создания устных и письменных текстов, построенных в соответствии с коммуникативными задачами и сферой общения, в том числе деловой	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме		
Очная форма											
Тема 1. Культура речи и ее слагаемые	2	2								10	Семинар в диалоговом режиме/5
Тема 2. Правильность речи: нормативный аспект. Основные приемы овладения грамотной речью.	4		2				2			10	Тренинг №1 /10 Тренинг№2/10 Тест/10
Тема 3. Качества культурной речи: точность, логичность, уместность, богатство.	2						2			10	Тренинг/10
Тема 4. Стили речи.	4						**2**			10	Тренинг/10 Эссе/10
Тема 5. Документ. Нормы письменной деловой речи.	2						**2**			10	Тренинг/10
Тема 6. Коммуникативный аспект делового общения	2							**2**		10	Дидактическая игра/10
Тема 7. Основы риторики.	3			**3**			**2**			10	Ситуационный практикум/5 Тренинг/10
Всего:	**19**	**2**	**2**	**3**			**10**	**2**		**70**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

.

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Культура речи и ее слагаемые

Определение понятия «культура речи». Нормативный, коммуникативный и этический аспекты культуры речи. Формы русского национального языка. Литературный язык, жаргон, просторечие: сферы использования и отличительные черты. Современный русский язык начала XXI века: основные тенденции развития и трансформации

Тема 2. Правильность речи: нормативный аспект.

Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения. Нормы произношения и ударения. Грамматические нормы русского языка. Речевые ошибки и способы их устранения. Лексические нормы. Термины как основа специального языка. Значение иноязычных слов, часто употребляемых в области политики, экономики, культуры. Особенности образования и употребления отдельных частей речи: анализ наиболее распространенных ошибок. Синтаксические нормы. Основные нарушения синтаксических норм.

Тема 3. Качества культурной речи: точность, логичность, уместность, богатство.

Характеристика основных качеств культурной речи. Типичные недостатки в построении текстов: чрезмерная сложность для восприятия, двусмысленность (нарушения логики: предложения не понятны или требуют дополнительных усилий для однозначного понимания). Необходимость учёта фактора адресата в речи. Причины возникновения и способы устранения неоднозначности в тексте. Логические ошибки как результат неправильного словоупотребления. Речевая избыточность и речевая недостаточность. Причины коммуникативных неудач.

Тема 4. Стили речи.

Функциональные стили русского литературного языка. Основные жанры, черты, сфера функционирования официально-делового стиля. Подстили официально-делового стиля.

Сфера, функции, лексика, основные черты и жанры научного стиля. Аннотация, реферат, конспект, тезисы. Требования к стилю и оформлению научно-учебных работ (реферат, курсовая, дипломная работа).

Публицистический стиль как средство воздействия на аудиторию: черты, жанры, сфера использования. Специфика стиля рекламы. Жанры публицистического стиля: статья, эссе, интервью, обзор.

Художественный стиль речи и его особенности.

Тема 5. Документ. Нормы письменной деловой речи.

Документ как способ реализации письменной деловой речи. Приемы унификации языка служебных документов. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе. Виды документов (заявление, резюме, служебная записка, договор и др.) Общие требования, предъявляемые к письменной деловой речи: достоверность; актуальность; аргументированность; полнота информации; лаконизм (краткость) изложения. Типичные ошибки в текстах деловых писем.

Тема 6. Коммуникативный аспект делового общения.

Специфика делового взаимодействия. Деловая беседа как основной жанр устной деловой речи. Проведение деловой беседы. Факторы создания положительной атмосферы во время деловой беседы. Правила убеждения, используемые в ходе деловой беседы. Барьеры в общении: барьеры взаимодействия, барьеры восприятия и понимания, коммуникативные барьеры.

Совещание. Структура совещания и порядок его проведения. Требования, предъявляемые к выступлению на совещании. Свертывание и развертывание информации при словесной передаче (резюмирование, тезирование).

Понятие деловой презентации. Правила использования иллюстративных материалов на презентации. Подготовка текста презентационной речи.

Тема 7. Основы риторики.

Понятие риторики. Риторический канон. Этапы работы над публичным выступлением. Композиция речи. Ораторский стиль. Культура взаимодействия оратора и аудитории. Структура аргументации: тезис, аргументы и демонстрация. Требования к тезису, аргументам и демонстрации. Некорректная аргументация. Прямая и косвенная аргументация. Основные правила ведения дискуссии. Правила убеждения оппонента. Полемические приёмы и уловки. Совершенствование навыков устной речи.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, ситуационные практикумы, дидактические игры, тренинги, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

Методические указания для обучающихся по участию в лекции

Лекция – систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала. Для лучшего усвоения учебного материала на лекции преподаватель сопровождает свой рассказ слайдами презентации, на которые вынесены основные термины, классификации и наглядная информация (рисунки, схемы, фото) и т.д. Основная цель лекций - формирование ориентировочной основы для последующего усвоения учебного материала курса. Изучение дисциплины начинается с вводной лекции, в которой преподаватель знакомит студентов с целью и назначением курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин. Далее дается общий обзор курса, определяется его значение для будущей практической работы студентов.

Самостоятельная работа студента на лекции заключается в осмыслении новой информации и краткой рациональной ее записи. В процессе лекций рекомендуется записывать основные понятия и формулировки, научные выводы, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету. В ходе лекционных занятий следует не только слушать излагаемый материал, но очень важно участвовать в анализе примеров, предлагаемых преподавателем, в рассмотрении и решении проблемных вопросов, выносимых на обсуждение. В течение лекционного занятия стоит задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В конце лекции преподаватель указывает, какие конкретно вопросы лекции будут рассматриваться на практических занятиях, как лучше студентам подготовиться к данным занятиям.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении семинара

Главная цель семинарского занятия – расширение знаний по наиболее сложным теоретическим и терминологическим вопросам изучаемой темы, которые не получили дополнительного освещения. Семинар предназначен для углубленного изучения предмета, овладение методологией, применительно к особенностям изучаемой дисциплины. Цели семинара: углубление, систематизация и закрепление знаний по дисциплине; проверка знаний; привитие умений и навыков самостоятельной работы с литературой; формирование умения аргументировано отстаивать свою точку зрения, отвечать на вопросы преподавателя; умение слушать других, задавать вопросы. В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это

позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов других студентов.

Не допускается распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении дидактической игры

Дидактическая игра – совместная деятельность обучаемых, направленная на нахождение путей оптимального решения поставленной задачи в соответствии с выбранной или назначенной ролью с целью выработки коммуникативных навыков, развития мышления, умения применять полученные теоретические знания на практике, быстроты оценки ситуации и принятия решения. Дидактическая игра позволяет вовлекать участников в моделирование процессов будущей профессиональной деятельности, развивает помимо профессиональных навыков, аналитические, рефлексивные способности, умение организовать собственную деятельность и деятельность группы.

Прежде чем приступать к участию в дидактической игре, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о целях и практических задачах игры, о порядке проведения дидактической игры, критериях оценки действий участников игры;

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы, описание игровой ситуации и конкретную роль в дидактической игре с разъяснением функций и порядка действий по сценарию;

По итогам проведения дидактической игры, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении тренинга.

Тренинг – это форма интерактивного практического занятия, цель которого – сформировать у обучающихся поведенческие паттерны (устойчивые модели поведения, которые человек предпочитает использовать при взаимодействии с другими людьми, доведенные до автоматизма) для дальнейшей успешной работы в профессиональной сфере.

Прежде чем приступать к участию в тренинге, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о целях и задачах тренинга, о порядке проведения тренинга, критериях оценки результатов тренинга;

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы;

В ходе проведения тренинга обучающийся должен активно участвовать в работе группы на всех этапах тренинга.

По итогам проведения тренинга обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю и получают от него обратную связь по результатам своей работы.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Русский язык и культура речи» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Методические рекомендации по написанию эссе

Эссе — это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

Основная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается.

Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме. Объем эссе – не менее 350 слов.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма текущего контроля
1	2	3	4

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма текущего контроля
1	2	3	4
Тема 1. Культура речи и ее слагаемые	Формы русского национального языка. Литературный язык, жаргон, просторечие: сферы использования и отличительные черты.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару. Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов. — М.: Юнити-Дана, 2015. – 351 с. Глава 1. Современный русский литературный язык. С.5-25.	Подготовка ответов на вопросы к семинару
Тема 2. Правильность речи: нормативный аспект. Основные приемы овладения грамотной речью.	Речевые ошибки и способы их устранения.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов. — М.: Юнити-Дана, 2015. – 351 с. Глава 9. Основы культуры речи с. 219-251 – URL: http://biblioclub.ru/ Подготовка к тесту, тренингу	Подготовка к выполнению заданий тренинга Подготовка к выполнению теста
Тема 3. Качества культурной речи: точность, логичность, уместность, богатство.	Характеристика основных качеств культурной речи.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Невежина М.В. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов. — М.:	Подготовка к выполнению заданий тренинга

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма текущего контроля
1	2	3	4
		Юнити-Дана, 2015. – 351 с. – Глава 13. Культура речи С. 299-334. [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/ Подготовка к тренингу	
Тема 4. Стили речи.	Публицистический стиль как средство воздействия на аудиторию: черты, жанры, сфера использования. Специфика стиля рекламы. Жанры публицистического стиля: статья, эссе, интервью, обзор.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов. — М.: Юнити-Дана, 2015. – 351 с.. Глава 6. Публицистический стиль. С.138-146 .URL: http://biblioclub.ru/ Подготовка к тренингу, написание эссе.	Выполнение заданий тренинга Написание эссе
Тема 5. Документ. Нормы письменной деловой речи.	Виды документов (заявление, резюме, служебная записка, договор и др.)	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тренингу. Трофимова О.В., Купчик Е.В. Основы делового письма. – М.: Флинта, 2010. – 304 с. [Электронный ресурс]. Глава вторая. Деловой русский язык. лингвистические характеристики	Подготовка к выполнению заданий тренинга

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма текущего контроля
1	2	3	4
		делового письма. С. 50-76 URL: http://biblioclub.ru	
Тема 6. Коммуникативный аспект делового общения	Совещание. Структура совещания и порядок его проведения. Требования, предъявляемые к выступлению на совещании. Свертывание и развертывание информации при словесной передаче (резюмирование, тезирование). Понятие деловой презентации. Правила использования иллюстративных материалов на презентации. Подготовка текста презентационной речи	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Пономарева Е.А. Практика делового общения: учебное пособие / Е.А. Пономарева, И.А. Сенюгина. - Ставрополь : СКФУ, 2014. - 163 с. [Электронный ресурс]. – http://biblioclub.ru / С. 22-78. Подготовка к дидактической игре	Подготовка к участию в дидактической игре
Тема 7. Основы риторики.	Основные правила ведения дискуссии. Правила убеждения оппонента. Полемические приёмы и уловки.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Кузнецов, И.Н. Бизнес-риторика 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 407 с. : ил. – [Электронный ресурс]. https://biblioclub.ru С.36-199 (2. Устная речь, 3. Техника речи) Подготовка к	Подготовка к выполнению заданий тренинга Подготовка к выполнению задания ситуационного практикума

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма текущего контроля
1	2	3	4
		ситуационному практикуму, к участию в тренинге	

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Кузнецов, И.Н. Бизнес-риторика / И.Н. Кузнецов. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 407 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. –. URL: : http://biblioclub.ru/
2. Штрекер Н.Ю. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов. / Н.Ю. Штрекер. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 351 с. ил., схем. Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/
3. Трофимова, Г.К. Русский язык и культура речи: курс лекций / Г.К. Трофимова. – 8-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 161 с. – Режим доступа: по подписке. – http://biblioclub.ru/

Дополнительная литература:

1. Невежина М.В. Русский язык и культура речи: учебное пособие для студентов вузов / М.В. Невежина, Е.В. Шарохина, Е.Б. Михайлова, Е.А. Бойко, Е.Н. Бегаева. — М.: Юнити-Дана, 2015. – 351 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/
2. Попова, Т.В. Культура научной и деловой речи: учебное пособие / Т.В. Попова, Т.В. Лысова. – 2-е изд., стер. – Москва : Флинта, 2016. – 157 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/
3. Трофимова О.В., Купчик Е.В. Основы делового письма. / О.В. Трофимова, Е.В. Купчик ; Тюменский государственный университет. – 4-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2019. – 305 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех.	www.gramota.ru
2.	Русский язык. Говорим и пишем правильно:	www.gramma.ru

	культура письменной речи.	
3.	СЛОВАРИ.РУ – электронная библиотека словарей русского языка: толковые, иностранных слов, орфографический, семантический.	www.slovari.ru
4.	Национальный корпус русского языка; обладает сервисом анализа частотности слова / выражения, в том числе по годам.	http://www.ruscorpora.ru/new/

6.3. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тренинг	9-10 баллов – студент выполнил все задания тренинга, не допустив ошибок или допустив 1 ошибку, ответил полно и аргументировано на все вопросы преподавателя; 7-8 баллов - студент выполнил все задания тренинга, допустив 2-3 ошибки, недостаточно полно аргументировал излагаемую позицию; 4-6 баллов –. студент выполнил все задания тренинга, допустив 4-5 ошибок, не смог корректно и полно ответить на вопросы преподавателя; 1-3 балла– студент выполнил не менее половины заданий тренинга, допустив более 5 ошибок, не смог ответить на вопросы преподавателя; 0 баллов – студент не участвовал в тренинге.
2.	Эссе	8-10 баллов – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с требованиями к стилю, структуре, эссе представляет собой самостоятельное изложение мыслей без заимствований, выводы логичны и обоснованы, не более 1-2 речевых ошибок; 5-7 баллов – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с требованиями к стилю, эссе представляет собой самостоятельное изложение мыслей без заимствований, выводы недостаточно обоснованы, не более 3-4 речевых ошибок; 3-5 баллов – тема раскрыта не в полном объеме, не вполне соответствует требованиям к стилю, эссе представляет собой самостоятельное изложение мыслей без заимствований, неполнота аргументации собственной точки зрения, не более 5 речевых ошибок; 1-2 балла – тема раскрыта только частично, более 6 речевых и логических ошибок; 0 баллов – эссе не написано, либо содержит заимствования, написано не самостоятельно.
3.	Тест	10 баллов – 0-1 ошибка; 9 баллов – 1 ошибка; 8 баллов – 2 ошибки; 7 баллов – 3 ошибки; 6 баллов – 4 ошибки; 5 баллов – 5 ошибок; 4 балла – 6 ошибок; 3 балла – 7 ошибок; 2 -1 балл – 8 ошибок; 0 баллов – более 8 ошибок.
4	Семинар в диалоговом режиме	5 - обучающийся изучил необходимую литературу и исчерпывающе ответил на вопросы к семинару, активно участвовал в дискуссии и обсуждении проблем изучаемой темы;

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		4- обучающийся изучил необходимую литературу и ответил на большую часть вопросов к семинару, активно участвовал в дискуссии и обсуждении проблем изучаемой темы; 3 – обучающийся изучил часть необходимой литературы, ответил на 50-60% вопросов по семинару, участвовал в дискуссии; 2 – обучающийся ответил на 30-40% вопросов к семинару, участвовал в дискуссии, но выводы недостаточно обоснованы; 1 - обучающийся ответил только на 10-20 % вопросов к семинару, не участвовал в обсуждении всех вопросов.
	Дидактическая игра	10-9 – активное участие в процессе игры в соответствии с заранее определенной ролью, проявленный при этом творческий подход, логика и аргументированность в решении поставленной задачи, а также применение знаний культуры речи; 8-7 - активное участие в процессе игры в соответствии с заранее определенной ролью, проявленные при этом знание правил культуры речи, логика и аргументированность в решении поставленной задачи; 6-5 –участие в процессе игры в соответствии с заранее определенной ролью, проявленный при этом творческий подход, но недостаточно логично и аргументировано решена поставленная задача, наличие 1-2 ошибок, связанных с нарушениями норм культуры речи; 4-3 – участие в процессе игры в соответствии с заранее определенной ролью, но недостаточно логично и аргументировано решена поставленная задача, наличие 3-4 ошибок, связанные с нарушениями норм культуры речи; 1-2 - участие в процессе игры в соответствии заранее определенной роли, но недостаточно логично и аргументировано решена поставленная задача, допущено 5-6 нарушений норм культуры речи.
	Ситуационный практикум	5- участник практикума подготовил аргументированное выступление, продемонстрировав усвоение знаний и умений, в выступлении не более 1 речевой ошибки; 4 – участник практикума в целом подготовил аргументированное выступление, хотя допустил некоторые логические неточности, 1-2 речевые ошибки; 3 – обучающийся принял участие в практикуме, однако совершил 3-4 речевые и/или логические ошибки в построении текста выступления; 2-1 – обучающийся принял участие в практикуме, однако выполнил задание менее, чем на 50 %, допустил 4-5 речевых и /или логических ошибок в построении текста выступления; 0– обучающийся не принимал участие в практикуме.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Примерные вопросы к семинару «Культура речи и её слагаемые»

1. Какое понятие шире по объёму: «национальный язык» или «литературный язык»? Дайте определения этим понятиям.
2. Каковы основные признаки литературного языка?
3. Перечислите нелитературные формы национального языка.
4. Что такое «территориальный диалект»? Есть ли различие между понятиями «территориальный диалект» и «говор»?
5. Дайте определения понятиям «профессиональные и социальные диалекты», приведите примеры диалектизмов из вашей профессиональной сферы.
6. Что такое «просторечие»? Приведите примеры
7. Что такое молодежный сленг? По представленным ниже образцам словарных статей составьте собственные толкования лексических значений слов молодёжного жаргона и придумайте с ними предложения. Также перестройте это предложение, заменив сленг словами литературного языка. В каких ситуациях неуместно использование сленга?
·Образцы словарных статей:
ВОЯЖ (фр. Voyage) — путешествие, поездка. «*Погрузила экипаж, приготовилась в вояж». Молотов.*
ВПЕЧАТЛЯЮЩИЙ — производящий сильное впечатление, воздействие, влияние. *Впечатляющее зрелище.*
9. Расскажите об аспектах культуры речи.

Типовые задания к тренингам

Тренинг по теме 2«Правильность речи».

(*Правильная постановка ударения в словах и их использование в речи в соответствии с лексическим значением, грамотное построение предложений и выбор верных грамматических форм слов)*

Задание 1. Поставьте правильно ударения в словах и составьте с ними предложения. Студенты разделяются на группы, каждая из которых получает карточки со словами и задания. После подготовки группы озвучивают свои варианты.

Оптовый, блага, диспансер, договор; мн. договоры, звонишь, звонят, избалованный, избаловать, избалую, искра, каталог, квартал, колледж, красивее, нормировать, осведомить, принят, принята, принято, свекла, создал, создала, создало, сосредоточение, средства, танцовщица, торты, тортов, уведомить, упрочение, феномен, ходатайствовать, щавель, щавеля, эксперт, прагматичный, валовой, валом валить, вероисповедание, ветеринария, включить, включишь, водопровод, средства, статуя, столяр, таможня, табу, танцовщица, единовременно, жизнеобеспечение, завидно, завсегдатай, закупорить, занял, заняла, заняли, запломбировать, запломбированный, исчерпать, инцидент, истекший год, каталог, квартал, километр, предприимчивый, обеспечение, облегчить, одновременный.

Задание 2. Каково значение иноязычных слов, употребляемых в области политики, экономики? В каких ситуациях их используют? В каких жанрах устной и письменной речи? Придумайте предложения с каждым из слов.
Администрирование, конфисковать, диверсификация, тренд, аутсорсинг, альтернатива, франчайзинг, тренд, экстрадиция, концессия, аннулировать, антагонизм, апелляция, дискредитировать, аудит, эмигрант, баллотироваться, бартер, беспрецедентный, брифинг, брокер, вердикт, виртуальный, грант, дебитор, декларация, демпинг, депозит, депортация, дефолт, дивиденд, апелляция, диссидент, дистрибьютор, инвестиции, инновация, тайм-менеджмент, реноме, девальвация, корпорация, корректный, пролонгировать, аккредитовать, легализовать, легитимный, конфиденциальный, маркетинг, масс-медиа, мониторинг, мораторий, секонд-хенд, ноу-хау, де-юре, олигархия, оферта, кворум, патент, периферия, прайс-лист, прецедент, санкция, стагнация, ходатайство, консалтинг, корпоративный, коммерция, холдинг, интерактивный, дистрибьютор, риэлтор, овердрафт, стартап, коррупция, национализация, приватизация.

Задание 3.1. Склонение числительных. Прочитайте вслух данные предложения, поставив числительное в правильную форму. Необходимо это сделать быстро и без ошибок.

1. *К концу 1990-х гг. Procter&Gamble являлась владельцем уже около 300 известных брендов, а потребителями ее продукции являлись более 5 млрд человек в 140 странах мира.*
2. *Для того чтобы повысить свои шансы на слияние и укрепить собственные позиции, компания обратилась к холдингу с предложением о финансировании, предложив ему сумму в размере 700 млрд иен.*
3. *Местный стадион включает более 600 зрителей.*
4. *Он был владельцем 1200 акций этой компании.*
5. *Цена акции была понижена до 890 рублей*

Задание 3.2 Студенты делятся на две команды. Каждая из них готовит карточки с числительным и падежом, в который нужно поставить это числительное. Затем студенты обмениваются карточками. Необходимо придумать предложение с данным числительным в указанном падеже.

Например: *900 Творительный падеж. Ответ: состоялась встреча с девятьюстами студентами.*

Задание 4. Раскройте скобки, поставьте слова в правильном падеже.

1. *Согласно (наша договоренность) товары должны прибыть в магазин не позднее следующего месяца.*
2. *Прошу оплатить командировочные расходы согласно (договор).*
3. *Соответственно (принятые обстоятельства) отправляем в Ваш адрес образцы нашей продукции.*

4. *Согласно (прилагаемый список) наградить работников завода денежной премией в размере 0,5 оклада.*
5. *Просим сообщить дополнительные сведения относительно (изменение в финансировании) нашего предприятия*

Задание 5. Исправьте ошибки в конструкциях, запишите правильный вариант.

1. Директор подробно остановился о разных сторонах проблемы
2. Всем нужно объяснять о роли налогов.
3. Об этом администрация указала еще в прошлом году.
4. Неоднократно подчеркивалось о том, что прямолинейный подход к предмету обедняет результаты исследования.
5. Докладчик неоднократно отмечал о том, что производственные показатели снизились.
6. Создавая проект ландшафтного дизайна участка, архитектором не были учтены климатические особенности местности.
7. Согласно прилагаемого списка наградить работников департамента N премией.
8. Оплата за оборудование осуществляется простым платежом.
9. Взыскать с коммерческого банка сумму, уплаченной при обращении в суд госпошлины.
10. Оратор отметил о том, что требуется много средств для выполнения намеченного плана.
11. Все приведённые факты говорят за то, что мирные переговоры завершатся успешно.

Тренинг по теме 3 «Качества культурной речи»

(Анализ и создание текста с учётом качеств культурной речи: уместности, точности, логичности, богатства)

Задание 1 Изменяя эмоциональную окраску слов, вы сможете контролировать свои эмоции в деловом взаимодействии. Кроме того, вы поможете и вашему партнёру быть более стрессоустойчивым и эмоционально сдержанным. Научитесь заменять «разрушительные» слова на более «спокойные» выражения:

«Разрушительные слова»	**Более спокойные выражения**
Это абсурд	
Это чёрт знает что такое	
Это не так	
Я с вами не согласен	
Я не могу принять ваши условия	
Провал	
Ужасно	

Задание 2. Какие коммуникативные качества речи нарушены в приведённых ниже предложениях? В чём причина коммуникативных неудач?

1. За два дня я влюбился в машину с первого взгляда.
2. Этого пентюха ещё учить и учить...
3. Заглавную роль сыграет молоденькая актриса.
4. Уважаемый деканат, пропала зачётка, восстановите её.
5. От ихнего бюджета толку нет кроме вреда.
6. Авторы статьи строго обсудили террористов
7. Композиция европейских сказок имеет много общего со сказками восточными.

Тренинг по теме 4. «Стили речи»

(Определение стилевой принадлежности текста, редактирование и написание текстов различных стилей)

Задание 1. Определите, к какому стилю относится текст, предложенный для анализа. Аргументируйте свой ответ, указав на характерные стилевые черты (сфера применения; основная функция; характерная лексика; предполагаемый жанр; основные черты).

1. А. Твардовский обладает удивительным, я бы сказал, завидным даром разговаривать со своим читателем. Поэтическая речь А. Твардовского течет очень свободно, очень естественно, без всякого нажима. Она лишена той внешней поэтической условности (или даже вычурности), которая у некоторых поэтов превращает стихи в нечто надуманное, ненастоящее, нарочитое, в нечто такое, чему плохо верится и что плохо воспринимается. В то же время речь А. Твардовского на редкость точна, красочна, глубока и поэтична в самом высоком смысле.
2. Дуб растет в довольно разнообразных почвенных условиях. Рост дуба продолжается очень долго, лет 150 – 200 и больше. За это время дуб развивает очень мощную крону.Дуб обладает большой побего-производительной (порослевой) способностью.
3. . На краю дороги стоял дуб … Это был огромный в два обхвата дуб с обломанными давно, видно, суками и с обломанной кроной, заросшею старыми болячками. С огромными своими неуклюжими несимметричными растопыренными корявыми руками и пальцами, он старым, сердитым уродом стоял между улыбающимися березами.
4. Когда я вошел в новую пустую квартиру, единственный, кто встретил меня, был старый заснеженный тополь за окном, он остался от деревенской усадьбы, которая была на этом месте, и теперь, заглядывая во второй этаж, будто сказал мне: "Здравствуй", — и от белых прекрасных ветвей его в комнату лился свет, чистый, непорочный, неподкупный.

Он был со мною всю зиму. В ту долгую, грозную для меня зиму болезни он один никогда и никуда не торопился. Я всегда его видел в окне, и своей холодной и неизменной снежной белизной он успокаивал меня.

5. Теория текста сложилась как научная дисциплина во второй половине XX в. на пересечении ряда наук – информатики, психологии, лингвистики, риторики, прагматики, семиотики, герменевтики, книговедения, социологии.
   Исследователей текста (например, П. Хартманна, С. Якобсона, В. Звегинцева, М. Гвенцадзе, О. Каменскую и др.) интересует прежде всего типология текстов и потому в качестве первоочередной ставится задача разработки самих принципов классификации текстов.
   Придавая большое значение типологии текста (как теоретическое, так и практическое), ученые признают, что достаточно полная и единая классификация текстов, которая отвечала бы всем требованиям, еще не создана.
6. Настоящий Федеральный закон регулирует общественные отношения, связанные со статусом русского языка как государственного языка Российской Федерации и его официальным использованием.
   Закон имеет целью:
   - усилить консолидирующую роль русского языка как государственного языка Российской Федерации в политической, социально-экономической и культурной сферах как способствующего сохранению единства и цельности многонационального Российского государства;
- обеспечить использование русского языка как средства межнационального общения народов России.
7. Если за 10 дней до окончания действия договора ни одна из сторон письменно не заявит о своем намерении расторгнуть договор, то договор считается продленным на тот же срок и тех же условиях. По истечении срока действия договора обязательства сторон по настоящему договору прекращаются. Если по заявлению Клиента не будет заключен новый договор банковского счета, счета Клиента, открытые в соответствии с пунктом 2.1 настоящего договора, закрываются.
8. В ответ на Ваш запрос о дивидендах по акциям предприятия «Форум» и по акциям инвестиционного фонда сообщаем следующее. В 2019 году значительные инвестиции (более 300 млн. руб.) были направлены на модернизацию предприятия, на приобретение нового оборудования и технологий «ноу-хау». В связи с этим в 2020 году выплата дивидендов акционерам будет временно приостановлена, так как вся прибыль предприятия «Форум» пойдет на развитие производства

Задание 2. Восстановите логическую последовательность фрагмента научной статьи Баженова Ю.К., Веснина В.Р. «Предпринимательство: попытка осмысления с современных позиций» Какие особенности научного стиля Вы можете выделить? Каковы ключевые слова (3-4) в этом фрагменте?

(1) Ещё в римском праве предпринимательство рассматривалось как занятие, дело, деятельность, а под предпринимателем подразумевался человек, ведущий общественное строительство.

(2) Если обобщить современные высказывания множества авторов о предпринимательстве, то его определение сводится как инициативная деятельность, направленная на организацию ресурсов с целью получения прибыли от производства и/или продажи товаров, оказания услуг, связанная с риском их потери и имеющая целью извлечение выгоды для лица, ее осуществляющего.

(3) Развитие предпринимательства является одной из наиболее обсуждаемых проблем нашего времени.

(4) Первым российским автором, исследовавшим предпринимательство, называют И.Т. Посошкова, подготовившего в 1724 г. свой знаменитый труд – «Книгу о скудости и богатстве», который был издан лишь в 1840 году.

Задание 3. Придайте предложениям разговорного стиля литературную форму.

1. Мне от головы. 2. За 300 рублей «Докторскую». 3. С собакой за Вами? 4. Сейчас модно без рукавов. 5. Через верёвочку прыгает / моя внучка. 6. Напротив живёт /ушёл на пенсию. 7. Дома забыл чем писать. 8. Ты взял на чём загорать? 9. Возьми чем укрыться. 10. Завтра праздничную надену.11. Зимнее надо брату покупать. 12. Скоро выпускной / потом вступительные / ужас! 13. У мальчика температура. 14. Без слуха в училище не примут. 15. Он и второй завалил. 16. Мы заняли на машину.

Тренинг по теме 5 «Документ. Нормы письменной деловой речи»

(Создание и редактирование документов)

Задание 1. Найдите и исправьте ошибки в оформлении заявления.

Заявление

от студента Николаева А.И.
в деканат
юридического факультета СГУ
декану Кузнецову М.Л.

Можно уйти с занятий 23 апреля, так как мне надо срочно идти к врачу. Мне дали направление на обследование. Надеюсь, Вы согласитесь. Сергеев Андрей Викторович, студент 1 курса юридического факультета.

22.04.2020

Задание 2. Составьте самостоятельно заявление (о приеме на работу/ о предоставлении отпуска/ другой вариант)

Задание 3. Составьте предложения в официально-деловом стиле, используя стереотипные формулы:

Принимая во внимание

Довожу до Вашего сведения

Контроль возлагается

На основании изложенного

Задание 4. Исправьте предложения, постройте их в соответствии с нормами официально-делового стиля

1. Я опоздал на пару по русскому из-за пробок на дорогах.
2. Пусть пока до начала сентября 2020 года исполняет обязанности заместителя директора Петров И.А
3. Улик не нашлось, поэтому суд не стал рассматривать уголовное дело.
4. Не могу прийти на занятия 12 мая, мне надо участвовать в соревновании в другом городе.
5. Приказ №12

Студенты хорошо выступили на нашей научной конференции. Некоторые лучше всех, наградим их дипломами за лучший доклад, а остальным раздадим сертификаты участников.

Тренинг по теме 7. «Основы риторики»

«Проведение дебатов»

Студенты не знают тему дебатов заранее, преподаватель сообщает ее на занятии. У студентов есть 15 минут на подготовку, 15 минут длится выступление каждой группы в первом раунде. Студенты разделяются на 3 мини-группы: одна из которых – слушатели, которых нужно в чём-либо убедить, а две остальные группы разрабатывают речь, используя приёмы аргументации. После первого раунда студенты ролями.

Типовое задание к дидактической игре по теме 6 «Коммуникативный аспект делового общения»

«Наем сотрудников»

Студенты моделируют определенную ситуацию делового общения, распределяют роли. Цель – выработать коммуникативные навыки участников (резюме, саморекомендации), навыки монологической и диалогической речи. Участники: директор, начальник отдела кадров (менеджер по персоналу), начальник отдела, в который нанимается сотрудник, а также кандидаты (2-3 человека). Кандидаты заранее предоставляют резюме, а в ходе игры проводятся беседы с каждым из них. Задача кандидатов – занять вакансию, следовательно, они должны хорошо показать себя на собеседовании. Задача работодателей – выбрать лучшего кандидата. После собеседования руководство проводит обсуждение кандидатов, их резюме, аргументируют

свой выбор (в присутствии всей группы). Далее группа обсуждает поведение каждого участника игры.

Типовое задание к ситуационному практикуму по теме 6 «Основы риторики»

«Публичное выступление»

Выберите один из афоризмов в качестве темы для выступления. Смысл афоризма должен быть вам понятен, а рассматриваемая в нем проблема – близка и интересна. Подготовьте пятиминутное выступление на практическом занятии, построив свою речь в соответствии с риторическим каноном, постарайтесь убедить аудиторию в справедливости (несправедливости) выбранного вами афористического утверждения. Слушатели оценивают выступление, аргументацию оратора, убедительность и логичность речи.

Примерные темы эссе

1. Моя будущая профессия
2. Что значит найти себя?
3. Современные писатели. О чем они хотят рассказать читателю?
4. Интернет – альтернатива реальности?
5. Должны ли быть границы «свободы слова»?
6. «Свобода одного человека заканчивается там, где начинается свобода другого» (М. Бакунин)
7. Как должна выглядеть школа (университет) будущего?
8. Какую роль играет высшее образование в современном обществе?
9. «Человек создан для счастья как птица для полета!»(В.Г. Короленко)
10. Литература и политика: вопросы взаимовлияния.
11. Неизбежны ли социальные конфликты в современном обществе?
12. Что несет прогресс человечеству?
13. Образы будущего в литературе и кинематографе.
14. Проблемы общества потребления.
15. Индивидуализм или коллективное мышление?

Примерный тест «Нормы русского литературного языка»

1. Согласно нормам литературного языка, принятым в условиях официального общения, ударение падает на второй слог в слове «…»

а) со-бра-ла
б) пре-ми-ро-вать
в) (ты) вклю-чишь
г) о-бле-гчить

2. Лексические нормы русского литературного языка в употреблении фразеологизмов нарушены в предложении…
а) Ваше дело гроша ломаного не стоит.
б) Наш герой сварил эту кашу, а расхлёбывать будут другие.
в) Я здесь не ко двору.
г) Телеграф открыт круглые сутки.

3. Найдите в предложениях нарушения лексических норм русского литературного языка. Постройте и запишите предложения согласно нормам русского литературного языка.
1. Вы имеете ко всему этому непосредственное значение.
2. Рисунки получились немного неудачливые.
3. Внутренний интерьер комнаты располагает к отдыху.
4. Это предприятие было когда-то гордыней нашей Родины.

4. Выберите подходящее по смыслу слово:

1. (Этикетные, этические) нормы не позволяли ему брать котлету руками.

2. (Референт, рефери) подбежал к месту предполагаемого падения мяча.

3. Этот (абонент, абонемент) дает вам право на посещение бассейна в течение трех месяцев.

4. Обогнав своих соперников, бегун до самого финиша оставался (аутсайдером, лидером).

5. Он не слишком разговорчив, предпочитает больше читать, чем общаться с людьми. В общем, типичный (интроверт, экстраверт).

5.Установите соответствие

Слово	Слог, на который падает ударение в слове
А) диспансер	1
Б) ходатай	3
В) уведомить	2

6. Форма родительного падежа множественного числа существительного «…» является нормативной
а) калмыков
б) татаров
в) башкиров
г) лезгинов

7. Установите соответствие.

8. Выберите варианты нормативного согласования прилагательного с

1) Ваше необдуманное решение сократить штат сотрудников до двухсот человек привело к самым тяжелейшим последствиям.	А) Ошибка в формообразовании существительного
2) Согревающие крема предназначены для более быстрого и качественного восстановления функций суставов, связок и мышц при растяжениях, вывихах и в результате других травм.	Б) Ошибка в формообразовании прилагательного
3) Внешнеполитическое ведомство Казахстана направило ноту своим египетским коллегам с просьбой помочь в поисках шестерых пропавших студенток.	В) Ошибка в формообразовании числительного
4) В некоторые театры Москвы невозможно попасть: перекупщики завышают цены в несколько раз, однако в кассах театров и на их официальных сайтах билеты стоят от восьмиста рублей.	Г) Ошибка в употреблении числительного

несклоняемым существительным:
а) военный атташе
б) талантливая маэстро
в) финская салями
г) забавное шимпанзе

9. С какими из приведённых ниже слов можно употребить числительное «двое»? Запишите выбранные слова в родительном падеже.
Слова для анализа: малыши, кресла, брюки, куртки, подруги, корреспонденты, очки, волчата, свечи, сёстры.

10. Исправьте предложения с неправильно употребленными деепричастными оборотами.
Прочитав вторично работу, мне думается, что основные мысли выражены в ней правильно.
Получив тяжелую рану, солдат был спасен своими товарищами.
Возвращаясь домой, мне стало грустно.

12.Все формы степеней сравнения прилагательных являются нормативными в ряду «…»
а) самый глубокий – глубже – более глубже – глубочайший
б) короче – более короткий – самый кратчайший – наиболее короткий

в) более смелый – смелее – смелее всех – самый смелый
г) высший – самый высокий – наиболее высочайший – выше всех

13. Ошибка в образовании формы числительного допущена в конструкциях:
а) две тысячи восьмого года
б) с пятидесятью рублями
в) в трёхста метрах
г) более полутораста человек

14. Выберите варианты, в которых допущена ошибка в образовании формы слова.
а) опытные ТРЕНЕРЫ
б) по ОБОИМ сторонам
в) звучит не менее ГРОМКО
г) ЕЗЖАЙТЕ вперёд
д) нет ТУФЕЛЬ

15. Для какого стиля свойственно преимущественное употребление безличных, неопределенно-личных предложений и пассивных конструкций?

16. Жанром научного стиля является…
а) монография
б) меморандум
в) доверенность
г) распоряжение

17. Установите соответствие:

Жанры	Стили
1. резюме	А. публицистический
2. рассказ	Б. официально-деловой
3. репортаж	В. научный
4. учебник	Г. художественный

18. Определите стили представленных ниже текстов. Объясните, чем различаются описания дуба в данных отрывках. Аргументируйте свой ответ, указав на характерные стилевые черты (сфера применения; основная функция; использованная лексика).

1….Дуб растет в довольно разнообразных почвенных условиях. Рост дуба продолжается очень долго, лет 150 – 200 и больше. За

2. На краю дороги стоял дуб … Это был огромный в два обхвата дуб с обломанными давно, видно, суками и с обломанной кроной, заросшею старыми

это время дуб развивает очень мощную крону. *Дуб обладает большой побего-производительной (порослевой) способностью.*	*болячками. С огромными своими неуклюжими несимметричными растопыренными корявыми руками и пальцами, он старым, сердитым уродом стоял между улыбающимися березами.* *(Л. Толстой)*

19. Установите соответствие*:*

Подстили официально-делового стиля	Жанры
1.собственно официально-деловой стиль	А. Уголовный кодекс Российской федерации
2. юридический	Б. Меморандум
3. дипломатический	В. Инструкция

20. Диалогичность речи – основная функциональная черта …

а) публицистического стиля
б) языка художественной литературы
в) разговорной речи
г) официально-делового стиля

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Русский язык и культура речи» проводится в форме зачета

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя. Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-25 баллов Задание 2: 0-25 баллов Задание 3: 0-50 баллов **«Зачтено»** – **90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. – **70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Практическое задание выполнено правильно, но есть 2-4 ошибки. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. – **50 - 69** – ответ в основном правильный, логически

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	выстроен, использована профессиональная терминология. Практическое задание выполнено частично, допущено более 4 ошибок. **«Не зачтено»** **– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине *«Русский язык и культура речи»* проводится в форме зачёта.

Задания 1 типа

1. Дайте определение понятию «культура речи». Можно ли сказать, что культурная и правильная речь – это синонимы?
2. Какие нормы называются лексическими? Что необходимо делать для успешного овладения лексическими нормами?
3. Расскажите об основных нарушениях лексических норм (смешении паронимов, плеоназме, ошибках в использовании фразеологизмов, нарушении лексической сочетаемости).
4. Что такое многозначность? Какие слова называются омонимами? Чем многозначность отличается от омонимии? Проиллюстрируйте свой ответ примерами.
5. Какие нормы называются морфологическими? Приведите примеры.
6. Что представляют собой стандартные языковые формулы деловой речи?
7. Какие нормы называются акцентологическими. Расскажите об ударении в отдельных грамматических формах, приведите 6-7 примеров слов, в которых часто неправильно ставят ударение.
8. Расскажите об орфоэпических нормах. Приведите примеры.
9. Как определить род несклоняемых существительных? Приведите примеры.
10. Каковы общие требования, предъявляемые к документу как способу реализации письменной деловой речи?
11. Какие виды документов Вы знаете?
12. Расскажите о морфологических нормах склонения имён числительных.
13. Расскажите о трудных случаях синтаксического управления.
14. Расскажите о правилах построения деепричастных оборотов. Приведите примеры.
15. Что называется литературным языком? Каковы основные признаки литературного языка?

16. В чем состоит смысл использования риторических знаний, умений, навыков в области вашей будущей профессиональной деятельности?
17. Перечислите основные жанры собственно научного стиля и дайте им характеристику.
18. Что такое реферат, курсовая работа, дипломная работа? К какому подстилю научного стиля относятся эти жанры?
19. Перечислите нелитературные формы национального языка. Дайте определения понятиям «территориальный диалект», «профессиональные и социальные диалекты», «просторечие».
20. Каковы функции и основные функциональные черты научного стиля русского литературного языка? Расскажите о языковых особенностях научного стиля (лексических, морфологических, синтаксических).
21. Каковы функции и основные функциональные черты официально-делового стиля русского литературного языка? Расскажите о языковых особенностях официально-делового стиля (лексических, морфологических, синтаксических).
22. Каковы функции и основные функциональные черты публицистического стиля русского литературного языка? Расскажите о языковых особенностях публицистического стиля (лексических, морфологических, синтаксических).
23. Каковы основные стилистические черты разговорной речи?
24. Каковы правила создания документов? Что такое реквизиты?
25. В чем состоит смысл предварительной подготовки речи? Воспроизведите алгоритм подготовки речи.

Задания 2 типа

1. Какое понятие шире по объёму: *«национальный язык» или «литературный язык»*? Дайте определения этим понятиям. Что вкладывается в понятие *государственный язык?*
2. Расскажите о трех аспектах культуры речи.
3. Расскажите об основных трудностях в определении рода аббревиатур и несклоняемых имён существительных? Что необходимо помнить, чтобы избежать ошибок?
4. Известный лингвист Б.Н. Головин назвал ряд условий, от которых зависит выразительность речи отдельного человека, например: самостоятельность мышления; неравнодушие, интерес автора речи к тому, о чем он говорит или пишет, и к тем, для кого он говорит или пишет; сознательное намерение автора речи говорить и писать выразительно, психологическая целевая установка на выразительность и др. Прокомментируйте данное утверждение.
5. Как часто в повседневной жизни Вы обращаетесь к различным стилям речи? Приведите примеры.

6. Выдающийся лингвист Е.Д. Поливанов утверждал, что многие изменения в языке вызваны действием закона экономии речевых усилий, а проще говоря - человеческой ленью. Подтвердите или опровергните это высказывание примерами из собственной речевой практики или практики своих сверстников.

7. Что такое тавтология, плеоназм, многословие? Приведите примеры.

8. Прокомментируйте высказывание Д.С.Лихачёва: «Чёткое выражение своей мысли, богатый язык, точный подбор слов в речи формирует мышление человека и его профессиональные навыки во всех областях человеческой деятельности».

9. Расскажите о типичных синтаксических ошибках. Что необходимо делать для успешного овладения синтаксическими нормами?

10. Какова структура и композиция публичной речи?

11. Прокомментируйте утверждение: «Особенности речи и речевого поведения делового человека зависят от трёх основных факторов:

- обстановка коммуникации;
- количество участников коммуникации, их отношения;
- цели взаимодействия».

12. Что необходимо знать о целевой аудитории для успешного выступления?

13. Назовите позволительные уловки в споре. Будете ли вы давать собеседнику возможность использовать их, если нацелены победить в споре?

14. Расскажите о видах логических аргументов. Приведите примеры их использования.

15. Известно, что стандартизированные формулы, клише составляют наиболее яркую и очевидную черту официально-делового стиля. Чем объясняется большая степень стандартизированности средств выражения, присущая официально-деловому стилю? Приведите не менее 10 стандартизированных формул, клише, используемых в официально-деловом стиле.

16. В следующем фрагменте речи: «И вы называете это законом? Нет, нет! Это никак не закон, и такой документ никогда не станет законом моей страны – порукой тому порядочность людей, к которым я сейчас обращаюсь!» – использован тип некорректного аргумента. Назовите тип некорректной аргументации. Как Вы будете действовать, если собеседник применяет подобные аргументы?

17. К любому документу в любой стране предъявляются следующие общие требования: достоверность; актуальность; аргументированность; полнота информации; лаконизм (краткость) изложения. Прокомментируйте два последних требования. Не противоречат ли они друг другу?

18. Ударение в словах *острота, ирис, бронированный* зависит от их значения. Составьте с каждым из слов по два предложения или словосочетания, в которых раскрывается их лексическое значение. Поставьте ударения.

19. Каковы правила ведения деловой беседы, совещания?

20. Что называется «функциональной разновидностью», «функциональным стилем»? Какое значение здесь имеет слово *функциональный*?

21. Что такое хрия? Как можно использовать хрию при подготовке текста выступления?

22. В чём заключается отличие профессионализмов и терминов? Проиллюстрируйте Ваш ответ примерами.

23. Что такое паронимы? Приведите примеры.

24. Дайте определение разговорному стилю. В каких ситуациях неуместно использование данного стиля? В чём состоит отличие разговорного стиля и просторечия?

25. Какие особенности построения речи и приемы взаимодействия с аудиторией Вы можете использовать в Вашей профессиональной деятельности?

Задания 3-го типа

Задание 1. Отредактируйте предложения с деепричастными оборотами, где необходимо, заменяя их придаточными предложениями или устойчивыми оборотами. Прокомментируйте необходимость коррекции.

1) Ссылаясь на нашу договоренность, платеж будет произведен через инкассо. 2) Отвечая на Ваше письмо относительно финансового положения компании, нами была собрана следующая информация. 3)Принимая во внимание наше длительное сотрудничество, товар будет поставлен Вам со скидкой 5%. 4) Подписывая договор, оплата гарантируется. 5) Направляя на рассмотрение данный вопрос, нам необходимо увеличение годового фонда минимум на сорок тонн. 6) Однажды одевшись в "Рибок", вам не захочется покупать спортивную одежду других фирм. 7) Записываясь на прием в городскую администрацию, гражданам выдаются пропуска.

Задание 2

Перепишите словосочетания, раскрывая скобки. Прокомментируйте выбор той или иной падежной формы.

Приехать по (окончание института); возвратиться по (завершение строительства); приступить к обязанностям по (истечение срока стажировки); зарегистрироваться по (приезд в город); выспаться по (прилёт домой); поступать вопреки (совет); действовать согласно (приказ); совершенствовать формы ведения хозяйства по мере (развитие демократии и рыночных отношений); отложить решение впредь до (выяснение обстоятельств дела).

Задание 3. Отредактируйте текст заявления.

Директору фирмы “Заря” *Афанасьеву Ю.П.*

От Комова С.П.

Заявление.

Настоятельно прошу Вас дать мне отгул на 28.12.2008 в связи с причинами личного характера.

24.12.2020 *Комов С. П.*

Задание 4. Составьте словосочетания с данными предлогами, характерными для официально-делового стиля, обращая внимание на необходимый падеж имен существительных:

В целях, в отношении, на предмет, в силу, в связи, в соответствии, по линии, в течение, во избежание, на основании, в счет, в порядке.

Задание 5.

Компания получила письмо от клиентов, и неопытному начальнику отдела сбыта было поручено написать ***письмо-ответ (с отказом).*** Прочитайте составленный им документ и отредактируйте его в соответствии с требованиями, предъявляемыми к документам.

Наша компания получила Ваше письмо с предложением об изменении срока поставки копировального оборудования. Скажем сразу: Вашу просьбу мы выполнить не можем, ввиду невозможности наших деловых партнёров привезения его на склад. Следовательно, оборудование будет поставлено вам только в срок, указанный ранее в договоре.

Искренне Ваш,

Начальник отдела сбыта Иванов Д.В.

Задание 6. Составьте план выступления по данному тексту, выделив вступление, основную часть и заключение.

«Красноречие – это искусство говорить так, чтобы те, к кому мы обращаемся, слушали не только без труда, но и с удовольствием, и чтобы, захваченные темой и подстрекаемые самолюбием, они захотели в неё вникнуть. Стало быть, оно состоит в умении установить связь между умами и сердцами наших слушателей и нашими собственными мыслями и словами, а это значит, что, прежде всего, мы должны хорошо изучить человеческое сердце, знать все его пружины, только тогда наша речь дойдет до него и его убедит. Поставим себя на место тех, кто нас слушает, и проверим на самих себе, верна ли избранная нами форма, гармонирует ли она с темой, производит ли на собравшихся такое впечатление, что они не в силах ей противостоять. Надо, по возможности, сохранять простоту и естественность, не преувеличивать мелочей, не преуменьшать значительного. Форма должна быть изящна, она должна соответствовать содержанию и заключать в себя только необходимое» (Блез Паскаль)

Задание 7. Выберите из приведённых ниже словосочетания и предложений те, который относятся к разговорному стилю. Составьте предложения с

двумя словосочетаниями, часто используемыми в официально-деловом стиле.

Социальные процессы, представить объяснительную записку, вещество самопроизвольно загрязняется, математическая обработка данных, впечатляющий форум, давить на нервы, настоящим подтверждаю, характеристика прилагается, величественное сооружение, борьба за равноправие, статистические данные, Пенсионный фонд России, купить тушёнку, вопить без остановки, шахтёрская столица края, ранняя диагностика рака, геном человека, найти отклик в душах людей.

Задание 8. Составьте текст заявления о предоставлении Вам академического отпуска со всеми необходимыми реквизитами.

Задание 9. Основные типы норм русского литературного языка выделяются в соответствии с важнейшими языковыми уровнями и сферами использования языковых средств. Заполните пустые клетки таблицы, называя нормы русского литературного языка и приводя примеры их действия.

ПРАВИЛА	**НОРМЫ**	**ПРИМЕРЫ**
ПРОИЗНОШЕНИЯ	орфоэпические	а[ф'**э**]ра, что [што]
УДАРЕНИЯ		
УПОТРЕБЛЕНИЯ СЛОВ		
ОБРАЗОВАНИЯ ФОРМ СЛОВ		
ОБЪЕДИНЕНИЯ СЛОВ В СЛОВОСОЧЕТАНИЯ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ		
НАПИСАНИЯ СЛОВ		
ПОСТАНОВКИ ЗНАКОВ ПРЕПИНАНИЯ В ПРЕДЛОЖЕНИИ		

Задание 10. Исправьте предложения, постройте их в соответствии с нормами официально-делового стиля

1. *Я опоздал на пару по русскому из-за пробок на дорогах.*
2. *Пусть пока до начала сентября 2020 года исполняет обязанности заместителя директора Петров И. А.*
3. *Улик не нашлось, поэтому суд не стал рассматривать уголовное дело.*
4. *Не могу прийти на занятия 12 мая в этом году, мне надо участвовать в соревновании в другом городе.*
5. *По итогам уголовного дела три чиновника администрации Саратова, в том числе заместитель главы администрации, угодили за решетку за взяточничество.*

Задание 11. Назовите использованные в приведённых ниже примерах полемические уловки или логические ошибки/манипуляции (подмена тезиса, усиление тезиса, утрированный контрпример, «подмазывание аргумента», аргумент к публике, изоляция, подмена возможностей, псевдопричинная связь, аргумент к человеку и т. п.) и предложите эффективный способ их отражения:

1. *Вы, как человек умный, не станете отрицать того факта, что моё предложение правильное.*

2. *Любой здравомыслящий человек поддержит мою, а не Вашу позицию.*

3. *И Вы, далекий от науки человек, пытаетесь что-то доказать.*

4. А: *По моему мнению, Временное Правительство (вариант — теперешний состав правительства) совершенно непригодно для управления страной.*

Б: *Что же, значит, по вашему мнению, надо опять вернуть Николая и Распутина?*

5. Б. *Ах, как я устала!*

В. *Но ведь сегодня же вам не пришлось много работать. Занавеси приделала Х. За покупками ходила Ф.*

Б. *А! Так ты называешь меня дармоедкой! Значит, я, по-твоему, дармоедка!*

6. *Как Вы могли так оценить мою презентацию? Я работал над ней день и ночь, не покладая рук!*

7. Он получил премию и заболел. Не нужно было выдавать ему деньги.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Цифровая экономика»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....5

III. Тематический план....7

IV. Содержание дисциплины....12

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....17

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины....24

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине....25

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Цифровая экономика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от № № 963 от 12.08.2020.

Дисциплина «Цифровая экономика» формирует у обучающихся комплекс теоретических знаний и базовых практических навыков в области становления, развития и функционирования информационного общества и цифровой экономики; особенностей взаимодействия основных экономических агентов в цифровой экономики с использованием IT-инструментов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 и 2 курсе в 1,2 и 3 семестрах.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы и применения этих компетенций в профессиональной деятельности в условиях цифровой экономики.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать понимание сущности цифровой экономики и образующих ее элементов; содержания государственной политики в сфере развития цифровых технологий; характеристики платформенного способа ведения экономической деятельности и формирования бизнес-экосистем;
- уметь интерпретировать фактическое состояние общественных отношений, связанных с развитием цифровой экономики на основе изученных теоретических концепций и представлений; анализировать текущее положение и тенденции развития цифровой экономики в стране и мире;

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе знаний особенностей развития и функционирования цифровой экономики, ее механизмов и инструментов*;*
- сформировать знания, умения владения методами анализа цифровой экономики, оценки эффективности цифровой трансформации, выявления и анализа проблемы цифровой безопасности;
- научиться применять в практической деятельности основные концепции, принципы, теории и факты, связанные с цифровой экономикой
- сформировать необходимый уровень знаний, умений и практического опыта в рамках программы подготовки кадров к деятельности в условиях цифровой экономики, построенной на основе Программы «Цифровая экономика России».

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компе-тенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	**УК-1**	**УК-1.1** находит, критически оценивает и анализирует полученную информацию, необходимую для решения поставленных задач	знает принципы сбора, отбора и обобщения информации для решения профессиональных экономических задач в условиях цифровизации экономики	умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, характеризующие уровень и направления цифровизации экономики	имеет практический опыт работы с информационными источниками по проблемам цифровой экономики	Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа
		УК-1.2. строит логические умозаключения на основании поступающей на достоверность информации	владеет категориальным аппаратом цифровой экономики, понимает и описывает особенности действия экономических законов в условиях цифровой экономики	способен логически и аргументированно формировать собственные суждения и оценки для решения профессиональных задач, используя категорийный аппарат и экономические законы цифровой экономики	демонстрирует навыки анализа социально-значимых проблем в процессов в цифровой экономике	

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компе-тенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
		УК-1.3. выдвигает альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов для достижения поставленных задач	знает способы решения профессиональных экономических задач в условиях цифровизации экономики	умеет применять методы комплексного анализа управленческих инноваций в сфере цифровой экономики	критической оценки данных, полученных из различных источников для решения задач в профессиональной сфере	
Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельноси	**УК-10**	**УК-10.1.** понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике	знает основные законы и закономерности функционирования экономики; знать основы экономической теории, необходимые для решения профессиональных и социальных задач.	умеет выявлять закономерности функционирования экономики, применять основы экономической теории для решения профессиональных задач	имеет практический опыт использования основных положений и методов экономических наук для решении социальных и профессиональных задач.	Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
1 семестр											
Тема 1. Информация как производительная сила современного общества. Модели информационной экономики.	4					4				14	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 1 /10
Тема 2. Индустрия 4.0 как новая концепция организации производственной деятельности	4					4				14	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 2 /10
Тема 3. Цифровая экономика: сущность и эволюция развития в системе информационной экономики.	4					4				14	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 3 /10
Тема 4. Технологические основы цифровой экономики. Цифровая трансформация.	4					4				14	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 4 /10
Тема 5. Современная институциональная среда как базис	3					3				14	Защита отчета по Лабораторному практикуму №

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
формирования новых моделей бизнеса. Институты цифровой экономики											5 /10 Тестирование /10
Всего:/сем	**19**					**19**				**70**	**100 (60+40)**
Контроль, час/сем											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах) /сем	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах) /сем	**3**										
2 семестр											
Тема 6. Влияние цифровой трансформации на рыночную экономику.	6					6				14	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 1 /10
Тема 7. Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике.	4					4				14	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 2 /10
Тема 8. Цифровая безопасность и цифровые риски. Цифровая безопасность в экономике и финансах	2					2				14	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 3 /10
Тема 9. Оценка	2					2				14	Защита отчета

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
эффективности цифровой трансформации экономики											по Лабораторному практикуму № 4 /10
Тема 10. Развитие цифровой экономики в мире	2					2				12	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 5 /10 Тестирование /10
Всего: /сем	**16**					**16**				**76**	**100 (60+40)**
Контроль, час/сем											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах) /сем	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах) /сем	**3**										
3 семестр											
Тема 11. Большие данные в экономике и финансах	4					2				7	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 1 /10
Тема 12. Платформенные цифровые решения в экономике	4					4				7	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 2 /10

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 13. Экосистема и структура цифровой экономики.	4					4				7	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 3 /10
Тема 14. Сквозные технологии как драйверы развития цифровой экономики	2					4				6	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 4 /10
Тема 15. Электронная торговля и платежные системы в интернет	5					5				16	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 5 /10 Тестирование /10
Всего: /сем	**19**					**19**				**43**	**100 (60+40)**
Контроль, час/сем	**27**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах) /сем	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах) /сем	**3**										
Всего:	**54**					**54**				**189**	**Зачет Зачет Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**324**										

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	9										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Информация как производительная сила современного общества.

Информация как производительная сила и стратегический ресурс. Экономическая информация. Принципы и структура информационного общества. Микро- мезо- и макро- экономические характеристики современного информационного общества. Основные характеристики и возможности информационной (сетевой) экономики. Этапы развития информационной экономики. Новые экономические законы. Модели информационной экономики. Система информационной экономики.

Тема 2. Индустрия 4.0 как новая концепция организации производственной деятельности

Четвертая промышленная революция. Индустрия 4.0. как новая концепция организации производственной деятельности. Признаки, технологии и риски Индустрии 4.0. Следствия объединения цифровой и физической сферы для всех отраслевых систем. Технологическое содержание и базовые принципы Индустрии 4.0. Потенциальные выгоды от внедрения технологий Индустрия 4.0. Прогнозные значения эффектов от внедрения технологий Индустрии 4.0 в России. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация.

Тема 3. Цифровая экономика: сущность и эволюция развития в системе информационной экономики.

Информационная экономика как основа развития цифровой экономики. Влияние информационной экономики на участников рынка (покупатели, производители, структура коммерческих отношений). Цифровая экономика как развитие новой (информационной) экономики. Различные подходы к определению цифровой экономики. Информационный продукт как результат цифровой экономики.

Цифровая экономика в контексте теорий постиндустриального, информационного и сетевого общества. Развитие теории цифровой экономики в XXI в. Становление цифровой экономики: цифровые "волны".

Тема 4. Технологические основы цифровой экономики. Цифровая трансформация.

Понятие цифровых технологий. Структура и тенденции развития рынка цифровых технологий.

Новые производственные технологии. Промышленный интернет. Технологии виртуальной (VR) и дополненной (AR) реальностей. Геймификация. Нейротехнологии и искусственный интеллект. Квантовые технологии. Компоненты робототехники и сенсорика. Технологии беспроводной связи. Движущие силы цифровой трансформации и ее измерение. Носимый интернет, имплантируемые технологии и цифровидение.

Тема 5. Современная институциональная среда как базис формирования новых моделей бизнеса. Институты цифровой экономики.

Институциональная среда для цифровой экономики. Институциональная структура цифровой экономики: институциональные субъекты, институциональные объекты и институциональный механизм. Правовое регулирование цифровой экономики. Электронный бизнес как базовый институт информационной экономики. Предпринимательство как институт информационной экономики. Электронное правительство как институт информационной экономики. Особенности развития институтов цифровой экономики в России. Институциональная трансформация системы образования в условиях цифровой экономики.

Тема 6. Влияние цифровой трансформации на рыночную экономику

Новые условия производства и влияние цифровой трансформации на производительность труда. Характер конкуренции в условиях цифровой экономики. Новые явления и способы организации экономической деятельности: электронная торговля (e-commerce), экономика совместного потребление (sharing economy), гиг- экономика (сдельная экономика, gig-economy), виртуальная экономика (virtual

economy) и т.д.

Изменения на финансовых рынках: блокчейн-технологии и феномен криптовалют, электронные платежные системы, интернет-банкинг и др. Финтех. Высокочастотный трейдинг. Налог на Google, налог на робототехнику.

Изменения на рынках труда и капитала в условиях цифровой экономики. Понятия цифрового и креативного капитала. Эффект вытеснения и эффект разнообразия на рынке труда. Компетенции кадров в цифровой экономике. Конкуренция на рынке труда в цифровой экономике: эффекты вытеснения и разнообразия. Характер конкуренции в цифровой экономике.

Распространение новых форм экономической деятельности и экономических отношений в мировой экономике.

Тема 7. Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике

Роль государства в цифровой экономике: законодательство, институты регулирования, стимулирование развития цифровой экономики. Возможности государственного вмешательства в развитие цифровой экономики. Государственное регулирование цифровой экономики. Законодательное обеспечение, регулирующие институты и стимулирование развития основных направлений цифровой экономики (электронное правительство, информационная инфраструктура, научные исследования, образование и кадры, информационная безопасность, «умный» город и телемедицина и т.д.) Концепция базового основного дохода. Развитие законодательной базы в сфере цифровой экономики в России и ее особенности. Государственная политика в области цифровой экономики в Программе "Цифровая экономика РФ" как основополагающий документ, формирующий вектор государственной политики России. Основные направления и проблемы регулирования цифровой экономики в РФ.

Тема 8. Цифровая безопасность и цифровые риски. Цифровая безопасность в экономике и финансах

Проблемы обеспечения цифровой и информационной

безопасности на национальном и наднациональном уровнях. Цифровые риски. Проблемы цифровой безопасности. Классификация угроз цифровой безопасности. Характеристики наиболее распространенных угроз цифровой безопасности. Возможные мошенничества при использовании платежных карт. Меры защиты электронных банковских систем, применяемые на Западе и в России. Особенности организации защиты информации в системах электронных платежей. Современные способы идентификации в системах электронных платежей.

Тема 9. Оценка эффективности цифровой трансформации экономики

Экономическая эффективность (в распределении, производстве и потреблении) в условиях цифровой экономики.

Технологический форсайт и его влияние на современную экономику. Характеристики «передового производства» (advanced manufacturing), кастомизация продукции, технологические новации, использование новых материалов и т.д. Концепция бережливого производства (lean production). Digital Economy Country Assessment (DECA) – методика измерения цифровой экономики.

Тема 10. Развитие цифровой экономики в мире

Современные тенденции развития цифровой экономики в мировом хозяйстве. Двойственность характера воздействия цифровой трансформации на мировую экономику: выгоды и риски. Межстрановые сопоставления.

Ведущие цифровые экономики зарубежных стран, их особенности. Глобальные исследователи и исследования цифровой экономики. Влияние цифровой трансформации на социально-экономическое развитие развитых государств, экономическую эффективность и экономические пропорции.

Показатели развития цифровой экономики в ведущих развитых и развивающихся странах. Особенности и потенциал развития цифровой экономики в ведущих развитых и развивающихся странах. Крупнейшие технологические компании и их роль в мировой экономике.

Тема 11. Большие данные в экономике и финансах

Понятие больших данных (big data). Новые подходы к накоплению и обработке данных в экономике и финансах на микро- и макроуровнях. Открытые данные компьютерных поисковых систем и социальных сетей. Google Trends, Yandex,Wordstat. Прогнозирование социально-экономических процессов в режиме реального времени (nowcasting). Экономические основы технологии распределенных реестров хранения информации (блокчейн). Базовые процедуры и техники обработки больших данных: простейшие методы машинного обучения (machine learning) и предиктивная аналитика. Операционные риски экономических агентов, связанные с большими данными. Nowcasting и forecasting.

Тема 12. Платформенные цифровые решения в экономике

Платформенные технологии в развитии цифровой экономики. Признаки и преимущества платформ. Структура и участники платформ. Проблемы функционирования и факторы развития платформ. Эффекты платформ. Платформы как бизнес-инструменты. Платформы для платформ. Примеры цифровых платформ: Alibaba Group, Google, Amazon, Facebook и другие. UBERизация и платформизация. Трансформация отраслей. Электронное правительство и электронные государственные услуги. Основные риски развития платформенной экономики.

Тема 13. Экосистема и структура цифровой экономики

Понятие экосистемы. Уровни экосистемы. Особенности развития экосистем в мире и в России. Их связь с финансовым рынком. Финансовые услуги в экосистемах, формирующихся на основе бигтехов. Организационные формы экосистем. Российские экосистемы, формирующиеся на основе банков и бигтехов. Гибридная модель как основная модель для экосистемы. Платформы и экосистемы как прогрессивная форма бизнес-модели.

Тема 14. Сквозные технологии как драйверы развития цифровой экономики

Технологии распределенных реестров, большие данные, искусственный интеллект. Системы распределенного реестра. Новые производственные технологии. Виртуальные технологии, технологии дополненной реальности. Сферы применения сквозных технологий (криптовалюты, интеллектуальное управление, "смарт-сити" и т.п.) Распределенные вычисления и хранилище данных (облачное хранение).

Тема 15. Электронная торговля и платежные системы в интернет

Электронные платежи. Сущность понятий «электронная торговля» и «электронная коммерция. Внедрение систем электронной торговли. Преимущества электронной торговли как формы организации бизнеса. Составляющие электронной торговли (участники, процессы, сети) и их краткая характеристика. Основные сферы электронной коммерции. Рыночные сегменты B2B, B2C, C2C и др. Бизнес-модели Freemium, Free-to-Play, Full-Crowdsourcing, Donation, Print-on-Demand и др. Основы монетизации сетевых сообществ. Особенности этапов электронной сделки. Назначение электронной платежной системы. Классификация платежных систем в интернет. Достоинства и преимущества интернет –платежей. Юридическая и финансовая основа электронных сделок. Классификация схемы платежей. Кредитные и дебетовые схемы. Классификация моделей электронных платежей.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над

конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Порядок проведения практикума.

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума (при необходимости).

Выполнение заданий практикума.

Подготовка отчета о выполненных заданиях в соответствии с требованиями.

Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии (при необходимости).

Требования к оформлению результатов практикумов (отчет)

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тестированию

Тестирование – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 1. Информация как производительная сила современного общества. Модели информационной экономики.	Новые экономические законы. Модели информационной экономики. Субъектно-объектная модель информационного общества. Система информационной экономики.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму
Тема 2. Индустрия 4.0 как новая концепция организации производственной деятельности	Прогнозные значения эффектов от внедрения технологий Индустрии 4.0 в России. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму
Тема 3. Цифровая экономика: сущность и эволюция развития в системе информационной экономики.	Цифровая экономика в контексте теорий постиндустриального, ин-формационного и сетевого общества. Развитие теории цифровой экономики в XXI в. Становление цифровой экономики: цифровые "волны".	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму
Тема 4. Технологические основы цифровой экономики. Цифровая трансформация.	Нейротехнологии и искусственный интеллект. Квантовые технологии. Компоненты робототехники и сенсорика. Технологии беспроводной связи.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 5. Современная институциональная среда как базис формирования новых моделей бизнеса. Институты цифровой экономики	Институциональная трансформация системы образования в условиях цифровой экономики.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка к тестированию	Защита отчета по Лабораторному практикуму Тест
Тема 6. Влияние цифровой трансформации на рыночную экономику	Распространение новых форм экономической деятельности и экономических отношений в мировой экономике.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму
Тема 7. Функции государства и правовое обеспечение перехода к цифровой экономике.	Основные направления и проблемы регулирования цифровой экономики в РФ.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму
Тема 8 Цифровая безопасность и цифровые риски. Цифровая безопасность в экономике и финансах	Современные способы идентификации в системах электронных платежей.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 9. Оценка эффективности цифровой трансформации экономики		Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму
Тема 10. Развитие цифровой экономики в мире	Показатели развития цифровой экономики в ведущих развитых и развивающихся странах. Особенности и потенциал развития цифровой экономики в ведущих развитых и развивающихся странах.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка к тестированию	Защита отчета по Лабораторному практикуму Тест
Тема 11. Большие данные в экономике и финансах.	Базовые процедуры и техники обработки больших данных: простейшие методы машинного обучения (machine learning) и предиктивная аналитика. Операционные риски экономических агентов, связанные с большими данными.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму
Тема 12. Платформенные цифровые решения в экономике	Основные риски развития платформенной экономики.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 13. Экосистема и структура цифровой экономики.	Российские экосистемы, формирующиеся на основе банков и бигтехов.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму
Тема 14. Сквозные технологии как драйверы развития цифровой экономики	Распределенные вычисления и хранилище данных (облачное хранение).	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму	Защита отчета по Лабораторному практикуму
Тема 15. Электронная торговля и платежные системы в интернет	Юридическая и финансовая основа электронных сделок.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка к тестированию	Защита отчета по Лабораторному практикуму Тест

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Грибанов, Ю.И. Цифровая трансформация бизнеса: учебное пособие: / Ю.И. Грибанов, М.Н. Руденко; Пермский государственный национальный исследовательский университет. – 2-е изд. – М.: Дашков и К°, 2021. – 214 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

2. Цифровая экономика: учебник / авт.-сост. Л.А. Каргина, А.А. Вовк, С.Л. Лебедева, О.Е. Михненко и др. – М.: Прометей, 2020. – 223 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

Дополнительная литература:

1. Кобелев, О.А. Электронная коммерция: учебное пособие / О.А. Кобелев; под ред. С.В. Пирогова. – М.: Дашков и К°, 2018. – 684 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

2. Курчеева, Г.И. Менеджмент в цифровой экономике: учебное пособие:/ Г.И. Курчеева, А.А. Алетдинова, Г.А. Клочков ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 136 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

3. Стратегии, инструменты и технологии цифровизации экономики / Д.В. Ковалев, Н.А. Косолапова, Е.А. Лихацкая и др. Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: ЮФУ, 2020. – 226 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

4. Цифровая экономика: социально-психологические и управленческие аспекты / Е.В. Камнева, А.И. Гретченко, Н.П. Дедов и др.; под ред. Е.В. Камневой, М.М. Симоновой, М.В. Полевой ; Финансовый университет при правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2019. – 173 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

5. Чернопятов, А.М. Управление финансами в цифровой экономике : учебник: / А.М. Чернопятов. – М. ; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 187 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

6. Ясенев, В.Н. Информационные системы и технологии в экономике: учебное пособие / В.Н. Ясенев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити, 2015. – 560 с. – Режим доступа: по подписке. –

URL: https://biblioclub.ru/

Нормативные и законодательные документы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017г. №1632- «Цифровая экономика Российской Федерации».

2. Указ Президента Российской Федерации от 09.05.2017 г. № 203 — О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы

Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов: федеральный портал	http://school-collection.edu.ru/catalog/
2.	Официальный сайт «Сбер» и экосистема сервисов	https://www.sber.ru
3.	МТС: связь и экосистема цифровых сервисов	https://moskva.mts.ru/
4.	Официальный сайт UBER	https://support-uber.com/
5.	Доклад ЮНКТАД о цифровой экономике - 2019	https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf
6.	Открытое образование	https://openedu.ru/
7.	Экосистемы: подходы к регулированию: доклад для общественных консультаций. Апрель 2021 г.	https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf
8.	Цифровая экономика: 2020: краткий статистический сборник. - М.: НИУ ВШЭ, 2020.	https://publications.hse.ru/books/322023726

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную

лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);

- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/).

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1. 2.	Лабораторный практикум	10-8 – работа выполнена в срок, самостоятельно, в соответствии с требуемым алгоритмом, использованы необходимые фактические и статистические данные, сделаны требуемые выводы и заключение, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы. 7-5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, в соответствии с требуемым алгоритмом, в основном использованы необходимые фактические и статистические данные, сделаны требуемые выводы и заключение, в основном аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы. 4-2– работа выполнена в срок, в основном

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		самостоятельно, в соответствии с требуемым алгоритмом, преимущественно использованы необходимые фактические и статистические данные, сделаны основные выводы и заключение, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, выводы и заключение сделаны частично, слабо аргументированы.
2.	Контрольная работа в форме тестирования	10-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-0 – менее 50% правильных ответов

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к лабораторным практикумам

Семестр 1

Лабораторный практикум № 1.Технопарки (технополисы) в информационной экономике

Изучите материал на сайтах:

1. https://www.vaael.ru/ru/article/view?id=297
2. https://www.iep.ru/files/text/innov_econ/rybalkin.pdf
3. https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/tehnoparki-rossii
4. https://habr.com/ru/post/373657/

Задания:

1.Проанализируйте в динамике деятельность технопарков в России за период 2016-2020гг. (число, размеры инвестиций, численность занятых, выручка и др.)

2. Определите основные направления деятельности технопарков в

России, США и Японии.

3. Проведите сравнительный анализ деятельности технопарков в России, США и Японии: цель, основные направления, формы и размер государственной помощи, численность занятых, налоговые льготы, результативность.

4. Сравните технопарки Сколково, Кремниевая долина и Цукуба. Критерии для сравнения определите самостоятельно.

Лабораторный практикум № 2. Индустрия 4.0

Изучите материал на сайтах:

1. https://www.tadviser.ru/index.php/ Четвертая_промышленная_революция_(Industry_Индустрия_4.0)
2. https://www.industriall-union.org/sites/default/files/uploads/documents/2017/SWITZERLAND/Industry4point0Conf/industry_4_rus.pdf

Задание:

1. В табличной форме представьте результат анализа четырех промышленных революций на основе параметров «период – основной ресурс – виды инноваций – последствия для технологий – последствия экономико-социальные»
2. Оцените степень влияния Индустрии 4.0 на следующие отрасли экономики: тяжелая металлургия, легкая промышленность, автомобилестроение, добывающая, электроэнергетика, ИКТ и электроника, фармацевтика. Определите необходимые, по-Вашему мнению, параметры сравнения.
3. Результат анализа представьте в табличной форме по следующим параметрам «степень воздействия - влияние на рабочую силу – влияние на численность рабочих мест – основные используемые технологии – основные эффекты».

Лабораторный практикум № 3. Сущность и эволюция развития цифровой экономики.

Изучите материал на сайтах:

1. Доклад о цифровой экономике 2019 ЮНКТАД: https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf
2. Доклад о цифровой экономике 2020 ЮНКТАД: https://read.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-digital-economy-outlook-2020_def83a04-en#page1
3. https://www.vaael.ru/ru/article/view?id=297
4. https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30584/AUS0000158-RU.pdf - Доклад Всемирного Банка о развитии цифровой экономики в России.

   Задания:

   1. В табличной форме представьте результат анализа по схеме: «автор – название теории цифровой экономики - сущность теории».
   2. Изобразите в виде схемы (рисунка) эволюцию основных источников богатств в контексте становления цифровой экономики.
   3. В табличной форме представьте результат анализа определений цифровой экономики по признакам: автор (организация) – определение.
   4. Проанализируйте результаты оценки готовности России к цифровой экономике в докладе ВБ в 2017г. Определите, на каких направлениях цифровой экономики необходимо сконцентрироваться России.

Лабораторный практикум № 4. Промышленный интернет вещей (IIoT)

Проанализируйте материал на сайтах:

1. https://habr.com/ru/company/kauri_iot/blog/471588/
2. https://labec.spbstu.ru/userfiles/files/monograph/trends-development-economy-industry-conditions-digitalization.pdf
3. https://gagadget.com/21054-15-glavnyih-voprosov-o-tom-chto-takoe-m2m-i-pochemu-eto-interesno-kazhdomu/
4. https://www.tadviser.ru/index.php/IIoT_Industrial_Internet_of_Things

_(Промышленный_интернет_вещей)

Задание:

1. Какова динамика объёма рынка IIoT в мире и в России в период с 2016 по 2020г.? Представьте данные в виде графика или таблицы.
2. Какова динамика инвестиций в IIoT в мире и в России в период с 2016 по 2020г.? Представьте данные в виде графика или таблицы.
3. В чем преимущества промышленного интернета вещей для экономики?
4. Как оценивается эффективность использования IIoT в сфере ЖКХ? Электроэнергетики?
5. Как промышленный интернет вещей кардинально меняет экономическую модель взаимодействия «поставщик – потребитель»? Представьте модель
6. Что такое модель M2M: коротко опишите суть?
7. Какие основные проблемы возникают при использовании промышленного интернета вещей? Перечислите их и назовите основные. Как эти проблемы разрешаются на современном этапе развития цифровой экономики? Результат представьте в табличной форме.

Лабораторный практикум № 5. Институты системы образования в условиях цифровой экономики

Изучите материал на сайтах:

1. https://www.coursera.org/
2. https://openedu.ru/
3. https://habr.com/ru/post/513490/

Задания:

1. Зарегистрируйтесь на каждом сайте.
2. Оцените навигацию каждой платформы. Укажите недостатки. Выберите платформу более удобную для Вас. Свой выбор аргументируйте.
3. Изучите, какие вузы представлены на каждом сайте.
4. Проанализируйте, чем отличаются на этих сайтах

направления подготовки и перечень читаемых курсов.

5. Выявите самые популярные курсы на каждом сайте. О чем свидетельствует этот выбор?
6. Проанализируйте в динамике основные показатели сайтов: число обучающихся, число курсов, количество партнеров, объем монетизации и т.д.
7. Изучите отчет Courcera за 2020 год. Как отразился кризис коронавируса на работе платформы?
8. Каким образом организованы практические задания на каждой из платформ? Иитоговые мероприятия?
9. Запишитесь на интересный для Вас бесплатный курс и прослушайте его. Выскажите Ваше мнение о преимуществах и недостатках онлайн обучения.

Семестр 2

Лабораторный практикум № 1. Финтех: опыт банка Тинькофф

Изучите материал на сайтах:

1.https://sk.ru/news/finansovye-tehnologii-v-rossii-klyuchevye-igroki-cifry-perspektivy/

2. Тинькофф Банк официальный сайт https://www.tinkoff.ru

Задания:

1. Охарактеризуйте степень распространения института финтеха в мире. Результат представьте в табличной или графической форме.
2. Назовите и охарактеризуйте модели цифровых банков.
3. Изучите и опишите динамику капитализации Тинькофф Банка.
4. Сравните расходы на цифровую трансформацию Тинькофф Банка, Яндекс. Деньги, ВТБ, Сбербанка, JP Morgan и Bank of America за 2018-2020гг. и сделайте выводы.
5. Сравните стратегии развития экосистем Сбербанка и Тинькофф Банка.
6. Выясните, почему по версии Global Finance *Тинькофф инвестиции* являются лучшим в мире инвестиционным сервисом. Опишите его преимущества.

Лабораторный практикум № 2 Цифровизация государственных

услуг.

Проанализируйте материал на сайтах:

1. https://dom.gosuslugi.ru/#!/main
2. https://www.gosuslugi.ru/

Задания:

1. Проанализируйте и опишите каждый электронный сервис обоих порталов.
2. Выясните историю создания Портала Госуслуги.
3. Изучите и охарактеризуйте статистику внедрения ГИС ЖКХ.
4. Охарактеризуйте получателей и поставщиков государственных услуг на платформе ГИС ЖКХ и на Портале Госуслуги.
5. Перечислите проблемы, которые были решены благодаря цифровизации государственных услуг.
6. Определите риски, связанные с использованием цифровых платформ государственных услуг.
7. Как эти риски разрешаются на современном этапе развития цифровой экономики? Результат представьте в табличной форме.

Лабораторный практикум № 3. Цифровая безопасность.

Проанализируйте материал на сайтах:

1.https://habr.com/ru/company/roi4cio/blog/525884

2.https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/risk/russian/kiberbezopasnost-cifrovye-riski-i-ugrozy.pdf

3. https://cbr.ru/Collection/Collection/File/32122/Attack_2019-2020.pdf

Задание:

1. Как меняется ландшафт киберрисков в настоящее время?
2. Выявите сферы применения сервисов по защите от киберрисков.
3. Приведите аргументы в пользу утверждения, что защита от цифровых рисков — это инвестиции, а не затраты.
4. Выявите возможности защиты от цифровых рисков.
5. Определите ключевые направления развития кибербезопасности.
6. Сравните рассмотренные продукты защиты от цифровых рисков на основе принципа «цена-функциональность».
7. Основные типы компьютерных атак в кредитно-финансовой сфере РФ в 2019–2020гг.: перечислите и опишите.

Лабораторный практикум № 4. Digital Economy Country Assessment (DECA)

Проанализируйте материал на сайтах:

1. https://www.researchgate.net/publication/328772033_Kak_ocenit_gotovnost_strany_k_cifrovoj_ekonomike_Instrument_Digital_Economy_Country_Assessment
2. https://www.econ.msu.ru/sys/raw.php?o=46780&p=attachment
3. https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/ - Доклад ВБ о развитии цифровой экономики в России

Задания:

1.Перечислите основные компоненты методики DECA и раскройте их содержание.

2. Опишите оценку в рамках DECA уровня развития цифровой экономики страны.

3.Представьте многомерную модель методики оценки готовности к цифровой экономике.

4. Оцените уровни цифровизации России в 2019-2020гг. на основе методики DECA.

5.Сравните направления развития цифровой экономики в соответствии с Программой «Цифровая экономика РФ» и направления, соответствующие компонентам DECA.

6.Выявите проблемные направления на основе интегральных оценок по отдельным направлениям для РФ.

Лабораторный практикум № 5. Распространение цифровизации в мире

Проанализируйте материал на сайтах:

1. https://hbr-russia.ru/innovatsii/trendy/853688
2. https://www.imemo.ru/files/File/ru/events/2019/11092019_Danilin_Presentation.pdf
3. https://stolypin.institute/wp-content/uploads/2018/09/issledovanie_tsifrovaya-ekonomika-14-09-18-1.pdf
4. https://psm7.com/review/mastercard-opredelil-liderov-sredi-stran-po-

urovnyu-razvitiya-cifrovoj-ekonomiki.html

Задания:

1.На основе каких параметров 5 стран отнесены к самым цифровым странам мира в рейтинге 2020 г.?

2.Какие большие экономики относятся к группе лидеров? Перспективных? Замедляющихся? Проблемных?

3.На основе каких показателей выделены эти группы?

4. Какова динамика доли цифровой экономики в ВВП стран G20 с 2016 по 2020г.?

5. Почему Китай и США являются лидерами цифровой экономики?

6.Каково место России в мировой цифровой экономике?

7. Опишите основные достижения лидеров цифровой экономики.

8.Как менялась ситуация в рейтинге стран-лидеров цифровой экономики в период 2017-2020гг.?

Семестр 3

Лабораторный практикум № 1. Цифровая трансформация Росстата

Проанализируйте материал на сайтах:

1. https://habr.com/ru/article/519100/
2. https://d-russia.ru/novyj-proekt-strategii-rosstata-deklariruet-perehod-ot-golyh-cifr-k-analizu-dannyh-glava-vedomstva.html
3. https://www.strana2020.ru/novosti/onlayn-igra-vserossiyskoy-perepisi-priznana-luchshey-na-konkurse-tagline-awards/
4. https://rosstat.gov.ru/strategy
5. https://www.tadviser.ru/index.php/Проект: Росстат_(Цифровая_аналитическая_платформа)

Задания:

1. Оцените степень и проблемы использования Big Data в российских IT на основе опроса Ассоциации больших данных (АБД). Какие преграды существуют для использования Big Data в малых организациях малого и среднего бизнес (МСП)? (1)
2. Выясните, в чем заключается переход Росстата в рамках

стратегии до 2024 г.(2,4,5). Какие возможности обеспечивает использование технологии big data при проведении переписи населения?

3. Зарегистрируйтесь в онлайн-игре Росстата о переписи. Пройдите все уровни. Почему онлайн-игра о переписи признана лучшей на конкурсе Tagline Awards? (3)

Лабораторный практикум № 2. Разбор бизнес-модели Uber

Изучите материал на сайтах:

1. https://vc.ru/transport/53591-detalnyy-razbor-biznes-modeli-uber
2. https://www.cbinsights.com/research/report/how-uber-makes-money/
3. https://www.uber.com/global/ru/sign-in/

Задания:

1. Определите и опишите главное преимущество двустороннего рынка Uber.
2. Опишите процесс установления цены на платформе Uber.
3. Постройте и опишите глобальную логистическую сеть Uber.
4. Изучите структуру и динамику издержек услуг Uber.
5. Опишите алгоритм расчета тарифов Uber.
6. Изучите и опишите политику экспансии Uber при выходе на новые рынки.
7. Определите источники получения дохода Uber.
8. Выявите конкурентов Uber во всех сегментах бизнеса.
9. Проанализируйте доходность/убыточность Uber и ее динамику.

Лабораторный практикум № 3. «Экосистема СБЕР»

Изучите материал на сайтах:

1. https://www.sber.ru
2. https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Экосистема_Сбербанка
3. https://www.rbc.ru/business/01/05/2021/608c29a49a7947e2aed7b9fe

Задания:

1. Изучите, какие сервисы входят в экосистему Сбера.
2. Выявите и определите основные партнерские связи, группы бизнес-системы, дайте характеристику партнерских организаций.
3. Установите связь финансовых потоков внутри бизнес-системы,

логику и цель финансовых потоков.

4. Обозначьте стиль финансового поведения потребителей цифровых услуг и виртуальных продуктов.

5. Изучите кадровую политику партнеров экосистемы, влияние цифровой среды на компетенции трудовых ресурсов.

6. Изучите источники финансирования развития бизнес-системы, резервы роста бизнеса.

7. Определите основные риски бизнеса цифровой экосистемы, классифицируйте их.

8. Определите степень устойчивости экосистемы Сбера.

9. Оцените результативность экосистемы Сбера.

Лабораторный практикум № 4. Драйверы развития цифровой экономики

Изучите материал на сайтах:

1. https://issek.hse.ru/data/2019/01/30/1202720361/Tendencii_razvitiya_interneta_v_usloviyah_formirovaniya_cifrovoj_ehkonomiki.pdf
2. Цифровая Россия - https://d-russia.ru/

Задания:

1. Выберите из предложенного списка четыре «сквозные» технологии.
   - большие данные;
   - квантовые технологии;
   - компоненты робототехники и сенсорика;
   - нейротехнологии и искусственный интеллект;
   - новые производственные технологии;
   - промышленный интернет;
   - системы распределенного реестра;
   - технологии беспроводной связи;
   - технологии виртуальной и дополненной реальностей.
2. Сравните выбранные технологии по следующим параметрам «драйверы развития – барьеры развития - положительные эффекты – негативные эффекты – область (области) применения – конкретный пример использования (кейс)». Результат представьте в табличной форме.

3. Найдите в сети Интернет данные о масштабах и прогнозах развития по четырем выбранным технологиям (мировые данные и данные по России). Результат представьте в табличной форме.

Лабораторный практикум № 5. Электронная торговля

Прочитайте материал на страницах:

1. https://russian.alibaba.com/
2. https://lifehacker.ru/kak-pokupat-na-ebay-vygodno/
3. Курьеры, серверы и налоги: как устроен бизнес Amazon. - https://journal.tinkoff.ru/
4. www.bcs-express.ru
5. www.finam.ru

Задания:

Составьте кейс «Бизнес-модель» по интернет-магазинам Amazon (Alibaba, eBay и др.) по следующей схеме:

1. История развития (слияния, поглощения, установление партнерских отношений).
2. Тип электронной коммерции.
3. Конкурентные преимущества.
4. Сферы деятельности.
5. Структура акционеров.
6. Причины эффективности бизнес-модели
7. Динамика капитализации.
8. Динамика объема валовой выручки.
9. Способ оплаты покупок и его безопасность.
10. Инвестирование в электронную коммерцию: направления и масштабы.
11. Корпоративная социальная ответственность модели.

Примерные тестовые задания для проведения контрольных работ

1. *Установите правильные соответствия.*

1	Одноранговая, пиринговая сеть	А	система объединенных компьютерных сетей и подключенных к ним промышленных

			(производственных) объектов со встроенными датчиками и программным обеспечением для сбора и обмена данными...
2	Сенсорика	Б	множество физических объектов, подключенных к интернету и обменивающихся данными
3	Интернет вещей	В	компьютерная сеть, основанная на равноправии участников
4		Г	базовая технологическая компетенция, обеспечивающая «органы чувств» для цифровых систем

Ответ: 1 – В, 2 - Г, 3 – Б, 4 – А

2. Выберите правильный ответ. Особенностью четвертой промышленной революции является:

а) ориентация на человека

б) движение к дегуманизации

в) **искусственный интеллект и умные взаимосвязанные машины**

г) вытеснение из производства фактора труда.

3. . Выберите правильные ответы. При переходе к цифровой экономике:

а) **растет производительность капитала и труда**

б) **труд вытесняется цифровым капиталом и искусственным интеллектом**

в)расширяется рынок капитала и сужается рынок труда

4. *Укажите неверные ответы.* Функции федерального органа исполнительной власти, ответственного за реализацию Национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации», осуществляет:

а) **Президент РФ;**

б) Правительство РФ;

в) Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации;

г) Министерство экономического развития Российской Федерации.

5. *Выберите правильные ответы*. В Национальную программу «Цифровая экономика Российской Федерации» входят следующие федеральные проекты (ненужное зачеркнуть):

а) цифровые технологии;

б) информационная безопасность;

в) цифровая образовательная среда;

г) информационная среда.

6.*Установите правильные соответствия.*

1	Цифровая трансформация	А	эффект в экономике, при котором ценность товара или услуги для одного пользователя зависит от числа других потребителей данного товара (услуги)
2	Информационный каскад	Б	процесс интеграции цифровых технологий во все аспекты бизнес-деятельности, требующий внесения коренных изменений в технологии, культуру, операции и принципы создания новых продуктов и услуг
3	Экосистема	В	бесшовная цифровая среда, в которой представлены собственные и партнерские сервисы компании
4	Сетевой эффект	Г	групповое поведение экономических агентов, которые принимают решения не только на основе собственной информации

Ответ: 1 – Б, 2 - Г, 3 – В, 4 – А

7. *Расставьте в правильной последовательности* волны цифровых технологий:

А. онлайновые платформы (поисковики, торговые площадки, дистанционное обучение, социальные сети), облачные вычисления.

Б. предиктивная аналитика больших данных, Интернет вещей, робототехника, аддитивные технологии (включая 3D-печать), искусственный интеллект (включая машинное обучение).

В. ИТ: компьютеризация, автоматизация процессов (ERP, EDI, CRM и т.д.);телекоммуникации: проводной и беспроводной широкополосный доступ в Интернет.

Ответ: А,В,Б

8.Вставьте пропущенные слова. ….. …… …….. или Промышленность 4.0 объединяет цифровые и физические технологии для создания гибких, взаимосвязанных операций. В решениях, созданных для …. ……. ……. ……, сети датчиков и периферийные устройства используются для повышения качества продукции и эффективности работы заводов в реальном времени.

Ответ: Четвертая промышленная революция, промышленного Интернета вещей (IIoT)

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Цифровая экономика» проводится в форме зачетов и экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя. Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** **– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. **«Не зачтено»** **– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.
Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя. Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** **– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. **«Не зачтено»** **– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов -90 и более (отлично) – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. -70 и более (хорошо)– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. -50 и более (удовлетворительно)– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя. Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** **– 90-100** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **– 50 - 69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично. **«Не зачтено»** **– менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. -Менее 50 (неудовлетворительно)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Семестр 1 - Зачет

Задания 1-го типа

Технологическое развитие и четвертая промышленная революция в историческом контексте

2. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация.

3. Основные характеристики и возможности информационной (сетевой) экономики
4. Влияние информационной экономики на участников рынка (покупателей, производителей, структуру коммерческих отношений).
5. Новые принципы экономики в условиях развития информационных технологий.
6.Цифровая экономика как дальнейшее развитие информационной экономики.
7.Цифровая экономика и цифровая трансформация.
8.Движущие силы и этапы цифровой трансформации.
9. Технологические основы и инфраструктура цифровой экономики
10. Носимый интернет, имплантируемые технологии и цифровидение.
11. Модели и системы информационной экономики.
17. Базовые принципы, признаки, технологии и риски Индустрии 4.0.
18. Различные подходы к определению цифровой экономики.
19. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные цифровые технологии.
20. Структура и тенденции развития рынка цифровых технологий.
21. Электронный бизнес как базовый институт информационной экономики.
22. Предпринимательство как институт информационной экономики. 23. Электронное правительство как институт информационной экономики.
24. Проблемы и особенности развития институтов цифровой экономики в России.
25. Институциональная трансформация системы образования в условиях цифровой экономики.

Задания 2-го типа

1. Какие основные технологии, на ваш взгляд, способствовали развитию цифровой экономики в мире?
2. Назовите три основные характеристики, присущие, по мнению

М. Портера, любой технике. Опишите структуру цифрового продукта по М. Портеру.

3. В чем заключается экономический эффект от перехода к цифровой экономике?

4. Как изменяется характер издержек в условиях цифровой экономики?

5. Чем определяется готовность перехода страны к цифровой экономике?

6. Цифровая экономика убивает многие традиционные сферы деятельности. Согласны ли Вы с этим утверждением? Аргументируйте свой ответ.

7. Согласны ли Вы с утверждением, что цифровая экономика подразумевает тотальную глобализацию? Аргументируйте свой ответ.

8. Согласны ли Вы с утверждением, что цифровая экономика - это сверх высококонкурентная среда? Аргументируйте свой ответ.

9. Почему базой цифровой экономики является индустриальное развитие?

10. Какие же перемены несет за собой Индустрия 4.0 в сфера трудоустройства?

11. Какое место в ВВП разных стран занимает цифровая экономика?

12. Как соотносятся между собой понятия «цифровая экономика», «информационная экономика», «сетевая экономика»?

13. Цифровая трансформация относится к сфере услуг или к сфере производства?

14. Цифровой продукт и цифровой актив – это одно и то же? Если нет, то в чем их различие? Чем цифровой продукт отличается от «обычного»?

15. Чем четвертая промышленная революция отличается от третьей?

16. Чем отличаются знания от информации?

17. Что такое технологический уклад? В условиях какого технологического уклада (укладов) находится сейчас экономика России?

18. Развитие цифровой экономики сокращает или увеличивает разрыв между богатыми и бедными?

19. Каковы основные показатели развития цифровизации мировой экономики?

20. Что подразумевается под цифровым неравенством?

21. Какое событие стало поворотным моментом в повышении интереса к цифровой экономике в России?

22. Что такое цифровая глобализация? В чем она проявляется?

23. Назовите и опишите угрозы революционной цифровизации.

24. Какие новые функциональные возможности в бизнесе предоставляет компаниям глобальная цифровая экономика?

25. Согласны ли Вы с утверждением, что «Цифровая экономика в значительной степени является виртуальной, неосязаемой. Но они невозможна без связи с материальным миром. Поэтому базой цифровой экономики является индустриальное развитие». Аргументируйте свой ответ.

Задания 3-го типа

1. В 2017 году эксперты РАЭК (Российская ассоциация электронных коммуникаций) определили 7 направлений (хабов) цифровой экономики, составляющих ее экосистему: государство и общество, ……, кибербезопасность, инфраструктура и связь, маркетинг и реклама, ……., медиа и развлечения. Вставьте недостающие, по Вашему мнению, направления и аргументируйте свой ответ.

2. Согласны ли Вы с утверждением: «Многие склонны возлагать большие надежды на технологии будущего (и на цифровую экономику как их квинтэссенцию), полагая, что их внедрение значительно повысит производительность труда, что в свою очередь приведет к экономическому росту. Данное утверждение справедливо только с большими оговорками, а в общем случае – неверно». Свою точку зрения аргументируйте.

3. Согласны ли Вы с утверждением: «Крупнейшие мировые компании уже давно используют различные технологические платформы. Однако внедрение платформы еще не делает бизнес цифровым». Свою точку зрения аргументируйте.

4. Современная цивилизация живет в мире третьей промышленной

революции. Вместе с тем скоро должна произойти четвертая. Ее частью считается такая технология, как

а) роботы на производстве;

б) интернет вещей;

в) термоядерный синтез;

г) механизация производства.

5. Сколько волн выделяют в развитии цифровой экономики? Чем они характеризуются и отличаются?

6. В 2017 году эксперты РАЭК (Российская ассоциация электронных коммуникаций) определили 7 направлений (хабов) цифровой экономики, составляющих ее экосистему: государство и общество, образование и кадры, ……, инфраструктура и связь, маркетинг и реклама, финансы и торговля, …….. Вставьте недостающие, по Вашему мнению, направления.

7. Этапы развития информационной экономики совпадают с «цифровыми волнами»? Выскажите и аргументируйте свою точку зрения.

8. Сравните информационную экономику и экономику, основанную на знаниях по приведенным параметрам:

Параметры	**Информационная экономика**	**Экономика, основанная на знаниях**
Основной продукт		
Приоритетные ресурсы		
Рыночные институты зарабатывают		
Приоритет рыночного спроса		

9. В своей книге «Третья волна» Э.Тоффлер (1980г.) следующим образом характеризует техносферу в период третьей волны развития общества. Чтобы Вы изменили в этой характеристике с учетом прошедших 50 лет?

Сфера	**Признак**	**Первая волна**	**Вторая волна**	**Третья волна**
Техносфера	**Источники**	Мышечная сила, солнце, ветер,	Ископаемое топливо.	Солнце, ветер, вода, геотермальная энергия.

Сфера	Признак	Первая волна	Вторая волна	Третья волна
	энергии	вода. Восстановимые, источников много и они распределены.	Невосстановимые. Источников немного. Сконцентрированы.	Восстановимые. Много источников. Источники распределены. Большая экологичность.
	Производство	Штучное, индивидуальное, для собственного потребления.	Массовое. Разделение на производителя и потребителя	Мелкосерийное, демассифицированное, производство "на заказ". "Умные" технологии. Развитие производства для себя.
	Система распределения	Индивидуальное.	Массовая торговля. Мировой рынок.	Изменение роли рынка и массовой торговли под действием развития производства для себя

11.Почему цифровая экономика рассматривается как эволюционный этап развития экономики?

12. А.Аузан выдвигает гипотезу, что цифровая экономика - это экономика сверхнизких трансакционных издержек. Согласны ли Вы с этим мнением? Аргументируйте свою точку зрения.

13. Прокомментируйте следующее высказывание «Цифровая экономика, как любой вид экономики — это ведь не абсолютное добро и не абсолютное зло. Это некоторое явление, которое обладает теми или другими свойствами». (А.Аузан)

14. Охарактеризуйте свойства информации как сетевого и общественного блага, а также ее специфические характеристики.

15. Эксперты Шанхайской академии социальных наук при составлении рейтинга самых конкурентоспособных цифровых экономик мира учитывают четыре фактора: цифровую индустрию, цифровые инновации, цифровое оборудование и институты цифрового управления. Назовите и опишите известные Вам цифровые инновации.

16. В чем состоит главное различие между такими экономическими формами, как индустриальная экономика и информационная экономика?

17. В 2017 году эксперты РАЭК (Российская ассоциация электронных коммуникаций) определили 7 направлений (хабов) цифровой экономики, составляющих ее экосистему: ……., образование и кадры,……. , инфраструктура и связь, маркетинг и реклама, финансы и торговля, медиа и развлечения. Вставьте недостающие, по Вашему мнению, направления и аргументируйте свой ответ.

18.В своей книге «Третья волна» Э.Тоффлер (1980г.) следующим образом характеризует техносферу в период третьей волны развития общества. Чтобы Вы включили в эту характеристику с учетом прошедших 50 лет?

Сфера	Признак	Первая волна	Вторая волна	Третья волна
Техносфера	**Источники энергии**	Мышечная сила, солнце, ветер, вода. Восстановимые. Источников много. Они распределены.	Ископаемое топливо. Невосстановимые. Источников немного. Сконцентрированы.	Солнце, ветер, вода, геотермальная энергия. Восстановимые. Много источников. Источники распределены. Большая экологичность.
	Производство	Штучное, индивидуальное, для собственного потребления.	Массовое. Разделение на производителя и потребителя	Мелкосерийное, демассифицированное, производство "на заказ". "Умные" технологии. Развитие производства для себя.
	Система распределения	Индивидуальное.	Массовая торговля. Мировой рынок.	Изменение роли рынка и массовой торговли под действием развития производства для себя

19. Эксперты Шанхайской академии социальных наук при составлении рейтинга самых конкурентоспособных цифровых экономик мира учитывают четыре фактора: цифровую индустрию, цифровые инновации, цифровое оборудование и институты цифрового управления. Назовите и опишите институты цифрового управления в России.

20. В чем двойственность информационного ресурса? Какими

уникальными характеристиками обладает информация как особый специфический ресурс?

Семестр 2 – Зачет

Задания 1-го типа

1. Прогнозирование социально- экономических процессов в режиме реального времени (nowcasting)
2. Экономические основы технологии распределенных реестров хранения информации (блокчейн) и криптовалют.
3. Базовые процедуры и техники обработки больших данных: простейшие методы машинного обучения (machine learning)
4. Характер изменений на рынке труда. Структура спроса и предложения в условиях цифровой экономики.
5. Эффект замещения и эффект разнообразия на рынке труда в условиях цифровой экономики.
6. Направления изменений на рынке капитала в условиях цифровой экономики. Особенности производственной функциия.
7. Новая организация реального сектора иэкономических отношений (взаимосвязей и поведения в реальном секторе) в условиях цифровой экономики.
8. Экономическая эффективность. Эффективность распределения, производства и потребления в условиях цифровой экономики
9. Микроэкономические изменения в ходе цифровой трансформации.
10. Макроэкономические параметры цифровой экономики
11. Социальные проблемы и их решение в цифровой экономике
12. Электронное правительство как институт информационной экономики.
13. Новые условия производства и изменение производительности в цифровой экономике.
14. Новые явления и способы организации экономической деятельности: электронная торговля, экономика совместного потребление), гиг-экономика и т.д.
15. Изменения на финансовых рынках: налог на Google, налог на

робототехнику.

16. Возможности государственного вмешательства в развитие цифровой экономики. Государственное регулирование цифровой экономики.

17. Законодательное обеспечение, регулирующие институты и стимулирование развития основных направлений цифровой экономики.

18. Проблемы цифровой безопасности. Классификация угроз цифровой безопасности и характеристика наиболее распространенных угроз.

19. Экономическая эффективность (в распределении, производстве и потреблении) в условиях цифровой экономики.

20. Технологический форсайт и его влияние на современную экономику.

21. Характеристики «передового производства (advanced manufacturing), кастомизация продукции, технологические новации, использование новых материалов и т.д.

22. Концепция бережливого производства (lean production).

23. Двойственность характера воздействия цифровой трансформации на мировую экономику: выгоды и риски.

24. Ведущие цифровые экономики зарубежных стран, их особенности. Влияние цифровой трансформации на социально-экономическое развитие развитых государств, экономическую эффективность и экономические пропорции.

25. Крупнейшие технологические компании и их роль в мировой экономике.

Задания 2-го типа

1. Чем определяется готовность перехода страны к цифровой экономике?
2. В чем суть дискуссии о криптовалюте как новой форме денег? Приведите примеры используемых в мире криптовалют.
3. Расскажите о провайдинговой деятельности. Перечислите виды провайдеров.
4. Приведите классификацию предприятий по степени использования традиционных и электронных инструментов ведения

бизнеса.

5. Перечислите преимущества ведения бизнеса в сети Интернет.

6. В чем заключается экономический эффект от перехода к цифровой экономике?

7. Как изменяется характер издержек производства в условиях цифровой экономики?

8. Укажите основные факторы, которые сдерживают процессы цифровой трансформации российского бизнеса.

9. Почему, на Ваш взгляд, процессы развития Интернета вещей сопровождаются созданием стратегических альянсов? Приведите два - три довода в поддержку альянсов.

10. Приведите примеры использования технологий виртуальной реальности в бизнесе. В чем преимущества использования VR в бизнесе.

11. Может ли переход на криптовалюту в условиях цифровой экономики привести к инфляции?

12. Какие новые формы организации труда в информационном обществе Вам известны?

13. Чем отличается рыночный подход к построению цифровой экономики от планового? Назовите страны, где применяется оди и другой подход.

14. Какая стратегия построения цифровой экономики у России?

15. Опишите основные компоненты умного города.

16. Опишите преимущества и недостатки занятости в цифровой сфере.

17. Опишите, в чем заключаются новые тенденции в поведении фирм в условиях цифровой экономики?

18. Опишите, в чем заключаются новые тенденции в поведении потребителей в условиях цифровой экономики?

19. Какие новые принципы появляются в экономике в ходе цифровой экономики?

20. Прокомментируйте утверждение: «Цифровая среда резко сокращает трансакцинные издержки бизнеса и покупателя. Рыночная информация становится более симметричной».

21. Опишите преимущества облачных технологий. Есть ли у них

недостатки

22. Какие основные подходы существуют к правовому регулирование криптовалют в различных странах?

23. Опишите преимущества цифровой демократии.

24. В чем состоят особенности современного рынка финансовых технологий.

25. Что такое рейтинги электронного правительства? Индекс электронного участия ООН?

Задания 3-го типа

1. Вставьте недостающие слова……..это название одного из 10 проектов государственной Hi-Tech стратегии Германии до 2020 года, описывающего концепцию умного производства (Smart Manufacturing) на базе глобальной промышленной сети интернета вещей и услуг (Internet of Things and Services).

2. Прокомментируйте утверждение: «Идеи перемещаются в интернете свободно - Всемирная паутина против закрытости. … есть ли вообще смысл бороться за защиту прав собственности на цифровой продукт… ?» Вы согласны с этим утверждением?

3. Согласны ли Вы с утверждением: « Современные технологии позволяют в ближайшем будущем создать среду высокотехнологичной цифровой платформы государственного управления, которая обеспечит минимизацию человеческого фактора, сопутствующей ему коррупции и ошибок, автоматизирует сбор статистической, налоговой и иной отчетности, обеспечит принятие решений на основе анализа реальной ситуации». Свое мнение аргументируйте.

4. Верно, или неверно утверждение, что «Развитие финтеха «пожирает» бизнес-пространство банков? Свой ответ аргументируйте.

5. Согласны ли Вы с утверждением: «Возможно, валютой будущего может стать «количество произведенной вами полезной информации на количество потребленной энергии», где «полезность» измеряется в «лайках». Свой ответ аргументируйте.

6. Согласны ли Вы с мнением, что в условиях цифровой экономики инновации – единственный источник сверхприбыли? Свой ответ аргументируйте.

7. Согласны ли Вы с утверждением: «Углубление автоматизации и развитие роботизации сократит количество рабочих мест невысокой квалификации: один только беспилотный транспорт оставит без работы миллионы людей. ….. развитие технологий когнитивных / умных вычислений сделает ненужными значительную часть «офисного планктона». ……, расширение многообразия отраслевых цифровых платформ лишит предмета деятельности большинство компаний-посредников (в широком понимании этого слова), т.к. производитель и покупатель смогут легко находить друг друга и без проблем вступать в договорные отношения». Свой ответ аргументируйте.

8. Цифровые технологии по сравнению с традиционными форматами ведения экономической деятельности предоставляют такие преимущества, как

а) возможность практически бесконечного воспроизведения информации без ущерба для качества;

б) широкий диапазон типов информации, с которой работают цифровые технологии (текст,медиа и т.п.);

в) высокая скорость передачи информации;

г) высокая защищенность технологических и организационных инноваций.

9. Не относится к драйверам технологии индустриального интернета («Индустрия 4.0»), которая, в свою очередь, формирует четвертую промышленную революцию с соответствующим экономическим укладом, такой структурный элемент, как

а) «умные» сенсоры;

б) беспроводные сети;

в) дополненная реальность;

г) облачные сервисы.

10. Почему стоимость производства единицы информационного продукта для производителя в условиях цифровой экономики становится такой низкой, что стоимость потребления единицы блага для потребителя стремится к нулю, хотя никогда не достигает его?

11. По уровню конкурентоспособности цифровой экономики Сингапур занимает второе место в мире. Доля Сингапура в мировом ВВП 0,4% (2018). Благодаря каким преимуществам Сингапур занимает

второе место в рейтинге Global Digital Economy Competitiveness Development Report (2019)?

12 Налогообложение роботов - предложение, впервые выдвинутое основателем Microsoft Биллом Гейтсом как способ, которым правительство может укротить неумолимую автоматизацию рабочей силы и профинансировать новые социальные программы. Робот, который заменяет фабричного рабочего, должен облагаться налогом на том же уровне, чтобы компенсировать потери в доходах государства для соцобеспечения остальной части населения. Производители, использующие роботов, не согласны - они уверены, что и без того платят достаточно налогов. Какие аргументы «за» и «против» этого предложения?

13. Южная Корея первой в мире планирует ввести налог на роботов. Власти задумались над этой инициативой в связи ростом безработицы. Планируется сократить выгоды от вычета налогов, которые ранее предоставлялись предприятиям для инвестиций в повышение производительности инфраструктуры. Подготавливаемый законопроект предлагает отменить это правило. У закона есть противники — компании, которые уже используют роботов для доставки, упаковки, сбора отходов, а также производители роботов. Они считают, что налог навредит бизнесу и будет препятствовать развитию инноваций. Какие аргументы «за» и «против» этого предложения?

14. Согласно данным исследования TAdviser и «Крок», почти все компании из промышленной, нефтегазовой, горнодобывающей, энергетической отраслей России интересуются и экспериментируют с технологиями VR/AR. Специалисты считают, что устройства дополненной реальности больше подходят для оптимизации производственных процессов. Как можно аргументировать эту позицию?

15. Какие существуют различия между дополненной, виртуальной (virtual reality, VR) и смешанной (mixed reality, MR) реальностями? В чем преимущества каждой технологии?

16. Многим производителям известны жёсткие условия конкурсных торгов, где приходится сильно понижать свою прибыль.

Дополненная реальность может служить не только для нужд собственного производства, но и для создания товара с уникальными свойствами. Многие продукты требуют от пользователя некоторых усилий, чтобы в нём разобраться и использовать. Если убедить клиента включить требования по наличию такой интерактивной справке в дополненной реальности у поставляемого товара, то производитель получит прямое конкурентное преимущество и гарантию победы.

17. В чем преимущества таких инструментов бережливого производства как JIT (Just-In-Time) и вытягивающее поточное производство («pull production»)?

18.Назовите и опишите угрозы информационной безопасности по аспекту информационной безопасности, на который направлены угрозы.

19. 99% кибератак были бы невозможны без вмешательства и/или неосознанного участия людей. Люди являются основной уязвимостью компьютерной безопасности, слабым звеном. В в спец.докладе 2020 года были названы 7 главных угроз кибербезопасности: социальная инженерия, вымогательство. Продолжите список и раскройте сущность каждой из них.

20. Некоторые исследователи считают, что первично изменение подхода работодателей к найму, а цифровые технологии — вторичны, но большинство экономистов с таким подходом не согласятся, указав, что все наоборот — сначала была цифровизация, изменение технологии, а потом изменения на рынке труда. О какой экономике идет речь? В чем ее особенности?

Семестр 3 - Экзамен

Задания 1-го типа

1. Электронная коммерция: понятие и основные разновидности.
2. Понятие big data. Новые подходы к накоплению и обработке данных в экономике и финансах на микро- и макроуровнях.
3. Открытые данные компьютерных поисковых систем и социальных сетей. Google Trends. YandexWorstat.
4. Проблема создания и размещения дата-центров.
5. Интернет вещей, подключенный (умный) дом и умные

города (автомобили без водителя).

6. Большие данные и принятие решений. Искусственный интеллект.

7. Робототехника и 3-D печать.

8. Биотехнологии и решение экологических проблем в цифровой экономике.

9. Платформенные технологии в развитии цифровой экономики. При-знаки и преимущества платформ.

10. Проблемы функционирования и факторы развития платформ. Эффекты платформ.

11. Платформы как бизнес-инструменты. Платформы для платформ.

12. Электронное правительство и электронные государственные услуги.

13. Понятие экосистемы, уровни экосистемы и организационные формы экосистем. Гибридная модель как основная модель для экосистемы.

14. Российские экосистемы, формирующиеся на основе банков и биг-техов.

15. Платформы и экосистемы - как прогрессивная форма бизнес-модели.

16. Технологии распределенных реестров, большие данные, искусственный интеллект. Системы распределенного реестра.

17. Новые производственные технологии. Виртуальные технологии, технологии дополненной реальности.

18. Сферы применения сквозных технологий (криптовалюты, интеллектуальное управление, "смарт-сити" и т.п.).

19. Распределенные вычисления и хранилище данных (облачное хранение).

20. Сущность понятий «электронная торговля» и «электронная коммерция.

21. Преимущества электронной торговли как формы организации бизнеса. Составляющие электронной торговли (участники, процессы, сети) и их краткая характеристика.

22. Электронные платежные системы, и назначение и классификация.

23. Классификация схемы платежей. Кредитные и дебетовые схемы.

24. Классификация моделей электронных платежей.
25. Рассмотрите рыночные сегменты B2B, B2C, C2C и др.

Задания 2-го типа

1. Объясните, почему в цифровой экономике возникает проблема открытости бизнеса?
2. В чем, на Ваш взгляд, состоит главное отличие внутренней платформы от внешней? Приведите примеры внутренней и внешней платформы.
3. Какие проблемы потребителей решают внешние платформы?
4. В чем, на ваш взгляд, заключается специфика платформенного мышления современных руководителей?
5. Какую роль играют технологии электронной коммерции в эволю- ции новых рынков?
6. Назовите преимущества и недостатки интернет-магазина по сравнению с традиционным магазином.
7. Постарайтесь привести пример использования Интернета вещей по каждой сфере жизнедеятельности человека.
8. Сравните nowcasting и forecasting: в чем их сходство и различие?
9. Перечислите и опишите цифровые каналы передачи данных.
10. Назовите преимущества и недостатки интернет-магазина по сравнению с традиционным магазином.
11. Приведите примеры правонарушений в сфере электронной коммерции.
12. Какую роль играют технологии электронной коммерции в эволю- ции новых рынков?
13. Какие модели организации е-коммерции подходят наилучшим образом под разные рыночные сегменты?
14. Что такое data lake ? Как они работают? Чем озера данных отличаются от обычных баз данных?
15. Чем опасны data lake? Опишите способы преодоления этих опасностей?
16. Структуру полной платформы цифровой экономики составляют экосистема потребителя, экосистема производителя и

коммуникативное ядро. Могут ли эти элементы существовать отдельно друг от друга? Если да, приведите примеры.

17. Какова структура полной платформы цифровой экономики. Приведите примеры полных платформ.

18. Как могут быть классифицированы большие экономические данные?

19. Охарактеризуйте возможные изменения в функционировании финансовой системы под влиянием блокчейна?

20. Опишите различия между традиционным промышленным предприятием и умной фабрикой.

21. Перечислите и опишите виды электронной коммерции.

22. Опишите основные последние тренды на рынке онлайн-торговли.

23. Опишите основные преимущества электронных платежных систем.

24. Что такое озера данных и почему в них дешевле хранить big data?

25. Шеринг, или совместное использование чего-либо, постепенно распространяется и в нашей стране. Обоснуйте преимущества шеринга и приведите два-три примера использования шеринга.

Задания 3-го типа

1. Вы выбираете банк для обслуживания и хотите выбрать надежный банк с самыми низкими тарифами. В вашем городе несколько десятков банков. Ваши действия?

2. Вам нужно проанкетировать несколько сотен своих клиентов по поводу их мнения о вашем товаре. При помощи каких цифровых технологий это лучше сделать?

3. Американские исследователи утверждают, что многие виды цифрового бизнеса, например, Uber, Airbnb и др., легко копировать. Что могут делать такие компании для создания и поддержания своих конкурентных преимуществ? Предложите один-два способа формирования конкурентных преимуществ цифровыми компаниями типа Uber.

4. Сравните любую пару бизнес-моделей Freemium, Free-to-Play, Full-Crowdsourcing, Donation, Print- on-Demand.

5. В рамках технологии больших данных развивается направление аналитики. К какому из ее разделов Вы отнесете раздел «Возможно Вы их знаете» в сети Facebook?

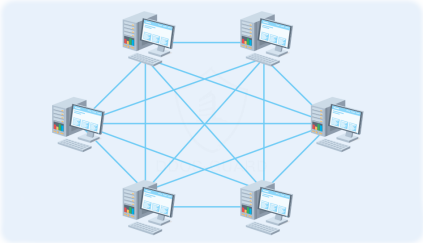
а) дескриптивная аналитика;

б) прогнозная аналитика;

в) предписывающая аналитика;

г) аналитика, связанная с распознаванием образов.

6. Какая сеть представлена на рисунке? Какими свойствами она характеризуется? Как эти свойства используются в экономике? Что такое Peer2Peer?



7. Блокчейн по своей природе гораздо более удобен для продавцов или для покупателей? Свое мнение аргументируйте.

8. Опишите и приведите примеры компаний четырех основных типов моделей электронной коммерции: B2C, (B2B, C2C, C2B.

9. Назовите и опишите достоинства и преимущества интернет – платежей.

10. Бизнес отходит от моделей B2B и B2C и переходит на принципиально новый путь — D2C? Чем это объясняется? В чем преимущества этой модели?

11. Тенденция развития e-commerce ведет к тому, что бизнес отказывается от стратегии привлечения новых потребителей. С чем это связано? Какие платформы нужны в этом случае?

12. Артем из Москвы посмотрел 3 минуты на сайте магазина бытовой техники XXX, участника Xmail (модуль экосистемы Flocktory) раздел Телевизоры и ушел. Магазин XXX не хочет терять Ивана и готов предложить ему промокод на скидку 300 руб. на завершение покупки.

Как он это сделает, используя преимущества модуля?

13. Главный страх пользователей, которые не решаются на онлайн-покупку, не угадать с цветом, размером, формой товара и потратить зря деньги, время на ожидание доставки. Какая технология помогает решить данную проблему? Какие компании уже используют эту технологию?

14. Приведите примеры трех типов цифровых платформ: модель «цифрового двойника», платформа-интегратор и многосторонняя платформа. Каково предназначение каждого типа?

15. Один из признаков классификация типологии цифровых платформ – способ монетизации. Назовите эти способы и приведите примеры платформ, использующих эти способы.

16. Быстрое укрепление доминирующего положения крупнейших цифровых гигантов (Google, Facebook и др.) на рынке объясняется тремя основными факторами, один из которых сетевой эффект. Назовите и опишите суть двух других факторов.

17. Какие модели организации е-коммерции подходят наилучшим образом под разные рыночные сегменты? Аргументируйте свой ответ и приведите примеры.

18. Опишите преимущества и недостатки облачного хранилища данных.Что такое гибридное облако?

19. Охарактеризуйте основные операционные риски экономических агентов, связанные с большими данными и способы их преодоления.

20. Назовите и опишите основные сферы взаимоотношений модели «электронное правительство». Каковы аргументы против программ внедрения электронного правительства?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Правоведение»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....5

III. Тематический план.....7

IV. Содержание дисциплины.....9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....12

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....19

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....20

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Правоведение» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12 августа 2020 г. N 963.

Дисциплина «Правоведение» ориентировано на получение обучающимися системного представления о государственно-правовых явлениях, гражданском обществе и правовом государстве; повышение уровня их правового сознания и правовой культуры, позволит правильно применять законодательство для качественной организации профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы, в том числе усвоение основных особенностей правовой системы Российской Федерации, в том числе частноправового регулирования имущественных и связанных с ними личных неимущественных отношений, возникающих между юридически равными участниками правоотношений, а также особенности российского государства с точки зрения его устройства и функционирования.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить понятие права и государства;
- рассмотреть систему права;
- определить предмет и метод как общеправовые понятия;
- рассмотреть взаимосвязь правовых норм между собой;
- рассмотреть особенности норм права, свойственных для различных отраслей права;
- рассмотреть государственное устройство Российской Федерации в сравнении с другими государственными образованиями, существующими в настоящее время;
- выявить специфику норм права по сравнению с другими нормами, существующие в обществе (нормами морали и нравственности и т.д.);
- закрепление и систематизация полученных знаний;
- развитие правовой и политической культуры обучающихся;
- формирование культурно-ценностного отношения к праву, закону, социальным ценностям правового государства;

- выработка способностей к теоретическому анализу правовых ситуаций, навыков реализации своих прав в социальной сфере в широком правовом контексте;
- формирование практических навыков в применении законодательства РФ.
-

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
понимает основные принципы, цели и задачи принятия решений в рамках имеющиеся ресурсов и ограничений	**УК-2**	**УК-2.1** реализует нормы права при решении задач в рамках поставленной цели	основы общей теории государства и права и основные положения конституционного, административного, уголовного, гражданского, предпринимательского, семейного, трудового, экологического, международного частного права, правовые основы защиты информации	применять основы общей теории государства и права и основные положения конституционного, административного, уголовного, гражданского, предпринимательского, семейного, трудового, экологического, международного частного права, правовые основы защиты информации	-	Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа
способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	**УК-11**	**УК-11.1** выявляет и распознает факты коррупции	исторические аспекты зарождения коррупции, причины и условия возникновения коррупционных отношений, понятие и сущность коррупции, теоретические и практические подходы к противодействию коррупции	распознавать коррупцию как элемент социально-политической жизни общества и разъяснять последствия коррупционного поведения	-	Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа
		УК-11.2 демонстрирует	-	-	соблюдения требований антикоррупционного	

		неприятие коррупционных отношений			законодательства и антикоррупционной политики организаций	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Государство и его роль в жизни общества	1									2	Эссе (5 баллов)
Тема 2. Общие положения о праве	1		2							2	Практикум по решению задач (5 баллов)
Тема 3. Государство и право в их соотношении	1									2	Практическое домашнее задание (5 баллов)
Тема 4. Государство и право в Российской Федерации	1	2								2	Доклад (5 баллов)
Тема 5. Основы конституционного права Российской Федерации	2									2	Практическое домашнее задание (5 баллов)
Тема 6. Основы административного права Российской Федерации	1	2								2	Доклад (5 баллов)
Тема 7. Основы уголовного права Российской Федерации	1									2	Практическое домашнее задание (5 баллов)
Тема 8. Правовые основы защиты информации	1		2							2	Практикум по решению задач (5 баллов)
Тема 9. Основы гражданского права Российской Федерации	2									2	Практическое домашнее задание (5 баллов)
Тема 10. Основы семейного права Российской Федерации	1		2							2	Практикум по решению задач (5 баллов)

Тема 11. Основы предпринимательского права Российской Федерации	1									2	Практическое домашнее задание (5 баллов)
Тема 12. Основы трудового права Российской Федерации	1		4							4	Практикум по решению задач (5 баллов)
Тема 13. Основы экологического права	2									2	Практическое домашнее задание (5 баллов)
Тема 14. Основы международного частного права	1		3							4	Практикум по решению задач (5 баллов)
Тема 15. Основы противодействия коррупции	2	2								2	Доклад (5 баллов) Практическое домашнее задание (5 баллов)
Всего:	**19**	**6**	**13**							**34**	**100 (ТКУ и ПА)**
Контроль, час	**0**										**Зачет (20 из 100)**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Государство и его роль в жизни общества

1. Государство и его основные признаки
2. Сущность, социальное назначение государства и его функции
3. Механизм государства. Понятие и виды государственных органов
4. Типология и форма государства

Тема 2. Общие положения о праве

1. Право и правопонимание.
2. Норма права и институт права.
3. Отрасль права, система права, система законодательства.
4. Предмет права, метод права.
5. Функции права, принципы права.
6. Источник права, закон, нормотворчество.
7. Правоотношение.

Тема 3. Государство и право в их соотношении

1. Единство и взаимодействие государства и права
2. Правовое государство
3. Значение законности и правопорядка в современном обществе
4. Правонарушение и юридическая ответственность: понятие и виды

Тема 4. Государство и право в Российской Федерации

1. Форма государственного правления. Форма Российского государства
2. Основные правовые системы современности. Российская правовая система
3. Система российского права. Отрасли права

Тема 5. Основы конституционного права Российской Федерации

1. Понятие, предмет, метод и источники конституционного права Российской Федерации.
2. Теоретические основы конституции. Конституция Российской Федерации.
3. Основы конституционного строя России
4. Конституционные принципы правового положения человека и гражданина в Российской Федерации. Гражданство Российской Федерации
5. Конституционные права, свободы и обязанности человека и гражданина в Российской Федерации
6. Федеративное устройство России
7. Избирательная система России
8. Конституционные основы правового статуса президента Российской Федерации.
9. Федеральное собрание — парламент Российской Федерации

10. Правительство Российской Федерации: понятие, состав и порядок формирования.

11. Конституционные основы судебной власти и прокурорского надзора в Российской Федерации.

12. Конституционные основы местного самоуправления в Российской Федерации

Тема 6. Основы административного права Российской Федерации

1. Понятие, задачи и принципы административного права
2. Государственное управление и исполнительная власть.
3. Субъекты административного права.
4. Государственная служба и государственные служащие.
5. Административные правонарушения.
6. Административная ответственность

Тема 7. Основы уголовного права Российской Федерации

1. Понятие, задачи и принципы уголовного права
2. Понятие преступления
3. Понятие уголовной ответственности
4. Уголовная ответственность за преступления в сфере экономической деятельности

Тема 8. Правовые основы защиты информации

1. Информация как объект правового регулирования.
2. Правые вопросы обеспечение информационной безопасности.
3. Правовое регулирование отношений по защите государственной тайны.
4. Правовое регулирование отношений, связанных с режимом коммерческой тайны.
5. Правовое регулирование отношений в области обработки персональных данных.
6. Правовое регулирование электронного документооборота.
7. Правовое регулирование отношений в области связи и массовых коммуникаций.
8. Правовое регулирование отношений в области библиотечного и архивного дела.
9. Правовое регулирование отношений в сфере организации и деятельности средств массовой информации.
10. Защита государственной тайны в Российской Федерации

Тема 9. Основы гражданского права Российской Федерации

1. Общие положения гражданского права Российской Федерации
2. Право собственности и иные вещные права
3. Обязательства в гражданском праве.
4. Договоры.

Тема 10. Основы семейного права Российской Федерации

1. Понятие семейного права и его принципы
2. Брачно-семейные отношения
3. Права и обязанности супругов. Брачный договор.
4. Права и обязанности детей и родителей
5. Алиментные обязательства

Тема 11. Основы предпринимательского права Российской Федерации

1. Понятие и предмет предпринимательского права.
2. Юридические лица, как субъект предпринимательского права.
3. Правовые основы несостоятельности (банкротства) хозяйствующих субъектов
4. Субъекты малого предпринимательства.
5. Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности.
6. Защита прав предпринимателей.

Тема 12. Основы трудового права Российской Федерации

1. Понятие трудового права
2. Трудовой договор (контракт) — основной институт трудового права
3. Рабочее время и время отдыха.
4. Оплата труда.
5. Трудовые споры
6. Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение
7. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности

Тема 13. Основы экологического права

1. Понятие, предмет, метод, принципы и система экологического права
2. Источники экологического права
3. Общая характеристика управления в области природопользования и охраны окружающей среды
4. Экономическое регулирование в области охраны окружающей среды
5. Государственный экологический надзор. Производственный и общественный контроль в области охраны окружающей среды
6. Юридическая ответственность за экологические правонарушения

Тема 14. Основы международного частного права

1. Понятие, предмет и система международного частного права.
2. Источники международного частного права
3. Субъекты международного частного права
4. Правовое положение иностранной собственности

5. Внешнеэкономические сделки
6. Международные расчеты и кредитные отношения.
7. Интеллектуальная собственность в международном частном праве
8. Семейно-брачные отношения в международном частном
9. Международное наследственное право
10. Деликтные отношения в международном частном праве
11. Международный гражданский процесс.

Тема 15. Основы противодействия коррупции

1. Понятие и сущность коррупции.
2. Причины и условия возникновения коррупционных отношений.
3. Основные направления государственной политики в области противодействия коррупции в России.
4. Международный опыт противодействия коррупции.
5. Антикоррупционное законодательство Российской Федерации.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинарское занятие, эссе, вопросы к семинару, доклады, практикум по решению задач, тестовое домашнее задание, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по подготовке эссе

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по теме излагаются в форме кратких тезисов (Т).
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы (А).

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Специалисты полагают, что должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – это аудиторная форма текущего контроля, предполагающая решение обучающимися практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Текст задачи, как правило, описывает реально существующую, житейскую ситуацию. Следовательно, как и описание любой жизненной ситуации, задачный текст, как правило, “зашумлен”, избыточен, то есть может иметь ряд подробностей, не относящихся к сути задачи. Текст задачи, чаще всего, не указывает на способы и средства ее решения.

Перед выполнением практикума по решению задач необходимо изучить материал лекции и рекомендованную преподавателем литературу. При выполнении практикума по решению задач необходимо аргументировать ответы на вопросы ссылками на нормы права. Ответы должны быть полными и исчерпывающими, содержать авторское мнение по существу вопроса.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада

Доклад - это форма текущего контроля успеваемости, включающая самостоятельную работу обучающегося по подготовке презентации и аудиторную работу – выступление перед аудиторией.

Темы докладов, как правило, предлагает преподаватель, но обучающийся может сформулировать тему доклада самостоятельно и, согласовав её с преподавателем, затем выступить с докладом по ней.

Структура доклада должна включать:

- введение,
- основную часть,
- заключение.

В введении доклада рекомендуется сформулировать проблему (1-3 предложения), рассматриваемую в рамках доклада и обосновать актуальность проблемы (ответить на вопрос о том, почему сформулированную проблему нужно решать, т.е. какие негативные последствия могут возникнуть, если проблему не решить).

В основную часть доклада помимо рекомендуется включить:

1. Анализ теории по теме доклада, в первую очередь – анализ понятийно-категориального аппарата (какие есть основные понятия и категории по теме доклада, какие закреплены законодательно, а какие нет; достаточно ли существующего понятийно-категориального аппарата; достаточно выверен понятийно-категориальный аппарат, есть ли в нем противоречия и пробелы).

2. Анализ правоприменительной практики по теме доклада (какие есть интересные правовые позиции судей, должностных лиц, органов власти, изложенные в судебных решениях, письмах, инструкциях, положениях, рекомендациях и т.д.).

3. Анализ отечественного и зарубежного опыта решения выявленных проблем:

- как предлагают решить проблему в России,
- как предлагают решить проблему за рубежом (или как уже решили).

4. Предложения по решению проблемы, которые могут быть как исключительно оригинальными, так и построенными на основе позиций исследователей. Предлагаемые способы решения проблем должны быть аргументированными и носить конкретный характер (например, содержать конкретные формулировки текста статей, которые предлагается включить в текст закона).

Тезисы, излагаемые в основной части доклада, рекомендуется иллюстрировать фактическими данными, в т.ч. приводить статистические данные и иные данные, имеющие количественные и качественные показатели, подготовленные авторитетными организациями и учеными.

Заключение, как правило, включает выводы по теме доклада, т.е. тезисное изложение ключевых положений доклада, в первую очередь, предложений или направлений по решению выявленных проблем. Выводы рекомендуется сформулировать кратко и исчерпывающе.

Докладчик в целом должен:

– хорошо ориентироваться в содержании доклада,

– владеть понятийно-категориальным аппаратом по теме доклада,

– подтверждать тезисы доклада примерами отечественной и зарубежной правоприменительной практики, ссылками на нормативно-правовые акты,

– иллюстрировать доклад презентационными материалами и, по возможности, разработочными материалами, которые должны не дублировать, а дополнять выступление докладчика. Иллюстрации в презентации должны быть достаточными, но не чрезмерными, способствовать донесению до аудитории информации, напрямую относиться к теме доклада. Используемые картинки не должны носить абстрактный характер. В презентации желательно наличие графиков и таблиц.

– быть готов ответить на вопросы аудитории по содержанию доклада.

Методические указания для обучающихся по выполнению практического домашнего задания

Практическое домашнее задание – это самостоятельная форма работы обучающихся, предполагающая решение обучающимися практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Текст задачи, как правило, описывает реально существующую, житейскую ситуацию. Следовательно, как и описание любой жизненной ситуации, задачный текст, как правило, “зашумлен”, избыточен, то есть может иметь ряд подробностей, не относящихся к сути задачи. Текст задачи, чаще всего, не указывает на способы и средства ее решения.

Перед выполнением практического домашнего задания необходимо изучить материал лекции и рекомендованную преподавателем литературу. При решении задач необходимо аргументировать ответы на вопросы

ссылками на нормы права. Ответы должны быть полными и исчерпывающими, содержать авторское мнение по существу вопроса.

При сдаче задания проверку рекомендуется сначала привести полный текст задания, затем первый вопрос с ответом на него, затем второй вопрос с ответом на него и т.д.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Государство и его роль в жизни общества	1. Типология и форма государства	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка эссе	Эссе
Тема 2. Общие положения о праве	1. Функции права, принципы права. 2. Источник права, закон, нормотворчество. 3. Правоотношение.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач	Практикум по решению задач
Тема 3. Государство и право в их соотношении	1. Правонарушение и юридическая ответственность: понятие и виды	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Выполнение практического домашнего задания	Практическое домашнее задание
Тема 4. Государство и право в Российской Федерации	1. Система российского права. Отрасли права	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к выступлению с докладами	Доклад
Тема 5. Основы конституционного права Российской	1. Конституционные права, свободы и обязанности человека и гражданина в Российской	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в	Практическое домашнее задание

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Федерации	Федерации 2. Федеративное устройство России 3. Избирательная система России 4. Конституционные основы правового статуса президента Российской Федерации. 5. Федеральное собрание - парламент Российской Федерации 6. Правительство Российской Федерации: понятие, состав и порядок формирования. 7. Конституционные основы судебной власти и прокурорского надзора в Российской Федерации. 8. Конституционные основы местного самоуправления в Российской Федерации	сети Internet Выполнение практического домашнего задания	
Тема 6. Основы административного права Российской Федерации	1. Административные правонарушения. 2. Административная ответственность	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выступлению с докладами	Доклад
Тема 7. Основы уголовного права Российской Федерации	1. Уголовная ответственность за преступления в сфере экономической деятельности	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Выполнение практического домашнего задания	Практическое домашнее задание
Тема 8. Правовые основы защиты информации	1. Правовое регулирование отношений в области обработки персональных данных. 2. Правовое регулирование электронного документооборота. 3. Правовое регулирование отношений в области связи и массовых коммуникаций. 4. Правовое	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач	Практикум по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	регулирование отношений в области библиотечного и архивного дела. 5. Правовое регулирование отношений в сфере организации и деятельности средств массовой информации. 6. Защита государственной тайны в Российской Федерации		
Тема 9. Основы гражданского права Российской Федерации	1. Договоры	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Выполнение практического домашнего задания	Практическое домашнее задание
Тема 10. Основы семейного права Российской Федерации	1. Алиментные обязательства	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач	Практикум по решению задач
Тема 11. Основы предпринимательского права Российской Федерации	1. Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности. 2. Защита прав предпринимателей	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Выполнение практического домашнего задания	Практическое домашнее задание
Тема 12. Основы трудового права Российской Федерации	1. Трудовые споры 2. Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение 3. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, по решению задач	Практикум по решению задач
Тема 13. Основы экологического права	1. Государственный экологический надзор. Производственный и общественный контроль в области охраны окружающей среды 2. Юридическая	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Выполнение практического	Практическое домашнее задание

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	ответственность за экологические правонарушения	домашнего задания	
Тема 14. Основы международного частного права	1. Внешнеэкономические сделки 2. Международные расчеты и кредитные отношения. 3. Интеллектуальная собственность в международном частном праве 4. Семейно-брачные отношения в международном частном 5. Международное наследственное право 6. Деликтные отношения в международном частном праве 7. Международный гражданский процесс.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач	Практикум по решению задач
Тема 15. Основы противодействия коррупции	1. Антикоррупционное законодательство Российской Федерации	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к выступлению с докладами, выполнение практического домашнего задания.	Доклад Практическое домашнее задание

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Рузакова, О.А. Правоведение : учебник : [16+] / О.А. Рузакова, А.Б. Рузаков. – 4-е изд., стер. – Москва : Университет Синергия, 2019. – 208 с. : ил. – (Легкий учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru

2. Правоведение : учебник : [16+] / С.В. Барабанова, Ю.Н. Богданова, С.Б. Верещак и др. ; под ред. С.В. Барабановой. – Москва : Прометей, 2018. – 390 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru .

Дополнительная литература

1. Правоведение : учебник / С.В. Барабанова, Ю.Н. Богданова, С.Б. Верещак и др. ; под ред. С.В. Барабановой. – Москва : Прометей, 2018. – 390 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru

2. Правоведение : учебное пособие : [16+] / Н.Н. Парыгина, В.А. Рыбаков, Т.А. Солодовченко, Н.А. Темникова ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018. – 116 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Собрание законодательства Российской Федерации	http://www.szrf.ru/szrf
2.	Конституционный Суд Российской Федерации	http://www.ksrf.ru
3.	Президент Российской Федерации	http://www.kremlin.ru
4.	Правительство Российской Федерации	http://government.ru
5.	Официальная Россия. Сервер органов государственной власти Российской Федерации.	http://www.gov.ru
6.	Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации	http://www.duma.gov.ru
7.	Юридическая Россия. Федеральный правовой портал	http://law.edu.ru
8.	Российская национальная библиотека.	http://www.nlr.ru
9.	Сайт МВД РФ	http://www.mvd.ru/
10.	Министерство юстиции Российской Федерации	http://www.minjust.ru
11.	Сайт Следственного комитета РФ	http://sledcom.ru/
12.	Сайт Генеральной прокуратуры РФ	http://genproc.gov.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных

и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Эссе	Эссе должно отвечать следующим требованиям: 1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим; 2. мысли автора подкреплены доказательствами и примерами; 3. вступление и заключение фокусируют внимание на

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора); 4. отсутствуют фактологические ошибки; 5. отсутствуют логические ошибки, в тексте прослеживается причинно-следственная связь.
2.	Практикум по решению задач	Решение задания, выполненного в рамках практикума по решению задач должно отвечать следующим требованиям: 1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим; 2. ответы на вопросы задания аргументированы ссылками на конкретные статьи нормативных правовых актов; 3. отсутствуют фактологические ошибки; 4. отсутствуют логические ошибки, в ответах на вопросы прослеживается причинно-следственная связь, 5. ответы на вопросы исчерпывающие и полные. **5 баллов –** решение задачи отвечает всем требованиям. **4 балла –** решение задачи не отвечает одному требованию. **3 балла** – решение задачи не отвечает двум требованиям. **2 балла** – решение задачи не отвечает трем требованиюям. **1 балл** – решение задачи не отвечает четырем требованиям. **0 баллов** – решение задачи полностью не отвечает требованиям
3.	Доклад	Текст доклада должен отвечать следующим требованиям: 1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим; 2. тезисы доклада подтверждаются примерами отечественной и (или) зарубежной правоприменительной практики; 3. автор доклада ссылается на нормативно-правовые акты; 4. отсутствуют логические ошибки, прослеживается причинно-следственная связь; 5. отсутствуют фактологические ошибки. **3 балла –** доклад отвечает всем требованиям. **2 балла –** доклад не отвечает одному требованию. **1 балл** – доклад не отвечает двум требованиям. **0 баллов** – доклад не отвечает трем и более требованиям. Презентация должна отвечать следующим требованиям: 1. иллюстрации достаточные, но не чрезмерные и способствуют донесению до аудитории информации, напрямую относятся к теме доклада, не носят абстрактный характер; 2. содержание презентации коррелирует с текстом доклада. **2 балла** – презентация отвечает всем требованиям. **1 балл** – презентация отвечает 1 требованию

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		0 баллов – презентация полностью не отвечает требованиям.
4.	Практическое домашнее задание	Решение задания, выполненного в рамках практикума по решению задач должно отвечать следующим требованиям: 1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим; 2. ответы на вопросы задания аргументированы ссылками на конкретные статьи нормативных правовых актов; 3. отсутствуют фактологические ошибки; 4. отсутствуют логические ошибки, в ответах на вопросы прослеживается причинно-следственная связь, 5. ответы на вопросы исчерпывающие и полные. **5 баллов –** решение задачи отвечает всем требованиям. **4 балла –** решение задачи не отвечает одному требованию. **3 балла** – решение задачи не отвечает двум требованиям. **2 балла** – решение задачи не отвечает трем требованию. **1 балл** – решение задачи не отвечает четырем требованиям. **0 баллов** – решение задачи полностью не отвечает требованиям.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к практикумам по решениям задач

Практикум по решению задач № 1. Тема 2. Общие положения о праве

Задание 1

Что из перечисленного ниже можно отнести к подзаконным нормативным актам?

– Указ Президента Российской Федерации «Вопросы прохождения военной службы»;

– указ Президента Татарстана;

– Конституция Российской Федерации;

– Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении типового положения об образовательном учреждении»;

– приказ Министра внутренних дел Российской Федерации;

Закон Российской Федерации «Об образовании».

Задание 2

Укажите, когда вступают в силу следующие нормативные акты:

– Федеральный конституционный закон;

– Указ Президента Российской Федерации;
– Постановление Правительства Российской Федерации;
– муниципальный правовой акт.

Какие субъективные права и обязанности могут возникать с рождения?

Практикум по решению задач № 2. Тема 8. Правовые основы защиты информации

Задание 1

Прокуратура РФ внесла протест в газету «Комсомольская правда», в котором указывала на недопустимость выпуска в свет очередного номера газеты, в котором была опубликована статья, нарушающая авторское право гражданина Петрова, направившего в прокуратуру соответствующее заявление. Газета «Комсомольская правда», оспорил данный протест в суд, мотивировав его незаконность тем, что оно нарушает требования статьи 3 Закона РФ «О средствах массовой информации», в соответствии с которой цензура в форме наложения запрета на распространение сообщений и материалов, а также их отдельных частей не допускается. По мнению газеты, поскольку указанная статья закона не содержит указание на то, что в отдельных случаях, предусмотренных законодательством, такой запрет может быть наложен, и, кроме того, повторяет норму Конституции РФ о недопустимости цензуры, то такая статья как более специальная норма (по сравнению с нормами законодательства о прокуратуре) и должна применяться в данном деле.

Какое решение должен вынести суд по заявлению газеты?

Задание 2

Гражданин Петров обратился с письмом в газету «Жизнь» с просьбой прислать ему информацию о работе регионального комитета по поддержке сельского хозяйства. Не получив в течение 3 месяцев ответа, гражданин обратился в суд, мотивировав незаконность действий газеты ссылкой на статью 38 Закона РФ о СМИ, в соответствии с которой «граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов».

Как будет решен данный спор?

Практикум по решению задач № 3. Тема 10. Основы семейного права Российской Федерации

Задание 1

Молодые супруги Светлана и Игорь, вступая в брак, поклялись друг другу в верности на всю жизнь. Своё обязательство не расторгать брак они зафиксировали письменно и, скрепив подписями, положили в шкатулку с фамильными ценностями. Через год Игорь приехав из отпуска, признался, что полюбил другую женщину. Светлана сказала, что согласилась бы на развод, если бы не было заключённого соглашения.

Разрешите данную ситуацию.

Задание 2

У супругов Карасёвых четверо детей. После расторжения брака дети остались с матерью. К моменту расторжения брака старший сын достиг совершеннолетия.

Какую сумму алиментов назначит суд, если известно, что зарплата отца составляет 18 тысяч рублей?

Практикум по решению задач № 4. Тема 12. Основы трудового права Российской Федерации

Задание 1

В связи со сменой собственника организации главный бухгалтер ОАО «Ребус» Воронов и кассир Холодов были уволены. Не согласившись с увольнением, они обратились в суд с иском о восстановлении на работе.

Правомерно ли увольнение этих работников? Является ли смена собственника основанием для увольнения работников организации?

Задание 2

Фунтиков опоздал на работу на 30 минут. На вопрос о причинах опоздания сообщил, что не будет давать объяснения причин опоздания.

Составьте проекты документов необходимых для привлечения работника к дисциплинарной ответственности за опоздание на работу (необходимые данные придумайте самостоятельно или используйте сведения из открытых источников, например, Интернет).

Практикум по решению задач № 5. Тема 14. Основы международного частного права

Задание 1

Итальянский турист П., находясь в Москве, в ресторане гостиницы познакомился со студенткой Тамарой Л. Спустя несколько дней, они подали в ЗАГС заявление о регистрации брака, однако зарегистрировать брак не удалось.

Через два месяца в составе другой туристской группы из Италии приехал М., друг П. Вместе с Тамарой он пришел в ЗАГС, и предъявив доверенность от П. на заключение брака с Тамарой Л, просил сотрудника ЗАГСа зарегистрировать брак между российской гражданской Л. и итальянским гражданином П. Вместе с доверенностью он представил документ, свидетельствующий о том, что П. в браке не состоит.

Что должен делать сотрудник ЗАГСа?

В том случае, если сотрудник ЗАГСа не зарегистрирует брак, может ли российская гражданка Л. выдать кому-либо доверенность на заключение ее брака с итальянским гражданином П.? В Италии допускается выдача доверенности представителю на заключение брака.

Если соответствующее итальянское учреждение зарегистрирует такой брак, будет ли он признан в России?

Задание 2

В Италии скончался итальянский гражданин Виттори Замбони. У него было двое взрослых детей от первого брака, которые проживали в Лугано (Швейцария). Первый брак был расторгнут в Берне (Швейцария).

Вторая жена – гражданка СССР, с которой он вступил в брак в 1988 г. в Ростове-на-Дону. Брачный договор не заключался, поскольку до 1995 г. такой правовой институт в России не признавался.

В. Замбони завещал все свое имущество своей второй жене, лишив детей от первого брака, с которыми у него были плохие отношения, наследства. Дети – швейцарские граждане – претендовали на обязательную долю.

Право какой страны подлежит применению в данном случае?

Типовые задания к практическому домашнему заданию

Практическое домашнее задание № 1. Тема 3. Государство и право в их соотношении

Задание 1

Какова форма государственного устройства в данном государстве?

В составе государства А. выделены только административно-территориальные единицы, действует единая система законодательства и единая финансово-денежная система.

Задание 2

Найдите и исправьте ошибки:

Франция – федеративное государство. Её субъектами являются Гасконь, Нормандия, Прованс и др. Франция является парламентской республикой, для которой характерны: 1) верховенство власти парламента; 2) правительство формируется лидером партии, победившей на парламентских выборах; 3) члены правительства ответственны перед президентом. Парламент Франции – высший орган законодательной власти – состоит из двух палат: Национального Собрания и Сената.

Практическое домашнее задание № 2. Тема 5. Основы конституционного права Российской Федерации

Задание 1

В целях скорейшего выхода из экономического кризиса недавно избранный Губернатором области Александр Васильев издал указ об учреждении региональной (областной) валюты – васильки. При этом один василёк изначально должен был равняться одной тысяче рублей. Выпустив свои денежные знаки, Губернатор выдал всем бюджетникам заработную плату и покрыл долги областного бюджета.

Имеют ли право субъекты Российской Федерации учреждать свою валюту?

Задание 2

В реферате на тему: «Система органов государственной власти в России» обучающийся Ромашкина утверждала, что все государственные органы обязательно должны принадлежать к какой-либо одной из трех ветвей власти. Преподаватель рекомендовал обсудить данный вопрос на семинаре.

Права ли Ромашкина? Если она ошибается, то назовите такие

органы государственной власти, которые не входят ни в одну из трех ветвей власти.

Практическое домашнее задание № 3. Тема 7. Основы уголовного права Российской Федерации

Задание 1

Арсеньевой было назначено в качестве основного наказания лишение права заниматься медицинской деятельностью сроком на 4 года и 6 мес., а Петровой было назначено в качестве дополнительного наказания лишение права заниматься деятельностью, связанной с воспитанием детей, сроком на 3 года 6 мес.

Возможны ли в данных случаях указанные сроки?

Задание 2

Сизов в день своего рождения 20 сентября, когда ему исполнилось 14 лет, совершил кражу чужого имущества.

Подлежит ли Сизов привлечению к уголовной ответственности?

Практическое домашнее задание № 4. Тема 9. Основы гражданского права Российской Федерации

Задание 1

Гражданин Ф. заключил с гражданином Т. договор купли-продажи квартиры, однако умер до государственной регистрации своего права собственности на эту квартиру. Наследники Ф. утверждали, что эта квартира должна быть включена в состав наследства, открывшегося после его смерти.

Правомочна ли позиция наследников Ф? Обоснуйте свой ответ.

Задание 2

У гражданина В. было три сына – Василий, Виктор и Владимир. После смерти отца, не оставившего завещания, все сыновья в течение 6 месяцев приняли наследство, однако впоследствии Владимир решил отказаться от наследства в пользу Василия.

Вправе ли он отказаться от наследства? Как будут распределяться доли в результате отказа Владимира от наследства? Обоснуйте свой ответ.

Практическое домашнее задание № 5. Тема 11. Основы предпринимательского права Российской Федерации

Задание 1

Уставом ООО была предусмотрена необходимость получения согласия общего собрания участников на совершение сделки единоличным исполнительным органом ООО, по отчуждению имущества, превышающего 15% балансовой стоимости имущества на последнюю отчетную дату перед совершением такой сделки. Генеральный директор ООО по Договору аренды передал в пользование нежилые помещения балансовой стоимостью 20% стоимости активов ООО помимо согласия

общего собрания участников.

Может ли быть оспорена такая сделка и кто вправе ее оспаривать?

Задание 2

Иванов, участник ООО, заключил договор залога доли в уставном капитале ООО с Петровым. Одновременно Иванов являлся генеральным директором ООО. Указанным договором залога не было предусмотрено условий осуществления прав участника ООО. Другие участники ООО – Петров с долей, соответственно 30% уставного капитала и Сидоров с долей 10% уставного капитала. Доля Иванова в ООО составляет 60% уставного капитала. Решением общего собрания ООО с участием Петрова и Сидорова, но без участия Иванова, были досрочно прекращены полномочия генерального директора Иванова.

Иванов обратился в суд с требованием о признании указанного Решения недействительным.

Какое решение примет суд?

Практическое домашнее задание № 6. Тема 13. Основы экологического права

Задание 1

Лебедев М.К. обратился в юридическую консультацию с просьбой о разъяснении следующего вопроса: ежегодно он производит сбор грибов в лесном массиве своего района с целью их последующей продажи на рынке.

Требуется ли ему разрешение на осуществление подобных действий? К какому виду лесопользования можно отнести данные действия? Решите дело.

Задание 2

Организация без разрешения построила на территории национального парка «Лосиный остров» жилой дом, который стала использовать в качестве дачи для однодневного отдыха сотрудников. Администрация национального парка обратилась в прокуратуру города с письмом, в котором просила принять меры к наказания самовольного застройщика.

К какому виду правонарушений (земельных или экологических) относится подобные самовольный захват земли и самовольное строительство? Какие виды эколого–правовой ответственности возможно применить в данном случае?

Практическое домашнее задание № 7. Тема 15. Основы противодействия коррупции

Задание 1

Губернатору Краснодарского края на церемонии его инаугурации преподнесли в подарок золотой слиток. *Вправе ли губернатор принять его (оставить себе)?*

Задание 2

Пациент в больнице делает подарки или платит врачу за внимательное отношение и обслуживание вне очереди. Врач этого не требует, но от

денег и подарков не отказывается.

Квалифицируйте действия участников ситуации.

Примерные темы эссе:

1. Моя идеальная форма государства.
2. Концепция разделения властей и её реализация.
3. Правовое государство: концепция и реальность.
4. Выражение свободы экономической деятельности в гражданском праве.
5. Виды завещаний
6. Отличие договора от сделки.
7. Проблемы реализации гарантий исполнения договоров в Российской Федерации.
8. Отличия опеки от попечительства
9. Необходимость регистрации брачных отношений
10. Авторитаризм: за и против

Примерные темы докладов:

1. Структура правовых норм.
2. Классификация отраслей права Российской Федерации.
3. Понятие и виды юридической ответственности.
4. Пробелы в праве и способы их восполнения.
5. Форма государства.
6. Обязательства родителей перед детьми и обязательства детей перед родителями.
7. Механизм законодательного процесса в Российской Федерации.
8. Реализация права
9. Теория разделения властей.
10. Правовое государство и гражданское общество.
11. Соотношение государства и права.
12. Международное право, как особая система права.
13. Проблемы федерализма и государственного суверенитета в современном мире.
14. Основные разновидности антидемократических политических режимов.
15. Характеристика карликовых государств.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Правоведение» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание № 2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание № 3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: 1 вопрос: 0-5; 2 вопрос: 0-5; 3 вопрос: 0-10 **Ответ на первый вопрос** билета должен отвечать следующим требованиям: 1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим; 2. тезисы подтверждаются примерами отечественной и (или) зарубежной правоприменительной практики; 3. обучающийся в ответе ссылается на нормативно-правовые акты; 4. отсутствуют логические ошибки, прослеживается причинно-следственная связь; 5. отсутствуют фактологические ошибки. **5 баллов –** ответ отвечает всем требованиям. **4 балла –** ответ не отвечает одному требованию. **3 балла** – ответ не отвечает двум требованиям. **2 балла** – ответ не отвечает трем требованиям. **1 балл** – ответ не отвечает четырем требованиям. **0 баллов** – ответ полностью не отвечает требованиям. **Ответ на второй вопрос** билета должен отвечать следующим требованиям: 1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим; 2. тезисы подтверждаются примерами отечественной и (или) зарубежной правоприменительной практики; 3. обучающийся в ответе ссылается на нормативно-правовые акты; 4. отсутствуют логические ошибки, прослеживается причинно-следственная связь; 5. отсутствуют фактологические ошибки. **5 баллов –** ответ отвечает всем требованиям. **4 балла –** ответ не отвечает одному требованию. **3 балла** – ответ не отвечает двум требованиям. **2 балла** – ответ не отвечает трем требованиям. **1 балла** – ответ не отвечает четырем требованиям. **0 баллов** – ответ полностью не отвечает требованиям. **Ответ на третий вопрос** билета должен отвечать следующим требованиям: 1. терминологический аппарат применяется корректно, отсутствует подмена одного термина другим; 2. ответы на вопросы задания аргументированы ссылками на конкретные статьи нормативных правовых актов; 3. отсутствуют фактологические ошибки; 4. отсутствуют логические ошибки, в ответах на

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
	вопросы прослеживается причинно-следственная связь, 5. ответы на вопросы исчерпывающие и полные. **10 баллов –** решение задачи отвечает всем требованиям. **8 баллов –** решение задачи не отвечает одному требованию. **6 баллов** – решение задачи не отвечает двум требованиям. **4 балла** – решение задачи не отвечает трем требованиям. **2 балла** – решение задачи не отвечает четырем требованиям. **0 баллов** – решение задачи полностью не отвечает требованиям. Итоговая оценка по дисциплине выставляется в зависимости от общей суммы баллов, набранных в рамках текущего контроля успеваемости и в рамках промежуточной аттестации: **90 - 100 баллов –** отлично (A) **80 - 89 баллов –** хорошо (B) **70 - 79 баллов –** хорошо (C) **50 - 69 –** удовлетворительно (D)

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. В чем состоит отличие между нормами права и другими социальными нормами?
2. Понятие и основные признаки государства.
3. Особенности форм государства и их виды.
4. Формы правления, особенности форм правления современных государств.
5. Формы государственного устройства.
6. Понятие и виды государственных режимов.
7. Основные признаки и черты правового государства.
8. Проблемы и пути построения правового государства в Российской Федерации.
9. Характеристика Конституции РФ. Характерные черты и особенности Конституции РФ 1993 года.
10. Содержание основ конституционного строя современной России.
11. Основные виды конституционных прав и свобод.
12. Понятие и виды органов государства.
13. Институт президентства в государственном механизме России.
14. Избирательная система современной России.
15. Система представительных органов Российской Федерации. Федеральное Собрание: структура, полномочия, порядок формирования и

работы.

16. Право законодательной инициативы и его субъекты. Законодательный процесс: понятие, основные стадии.

17. Правительство Российской Федерации – высший орган исполнительной власти: правовая основа, состав, полномочия.

18. Система судебных органов Российской Федерации.

19. Конституционно-правовые принципы судопроизводства.

20. Понятие и правовая основа местного самоуправления.

21. Структура и полномочия органов местного самоуправления в Новгородской области.

22. Система правоохранительных органов в Российской Федерации.

23. Право в системе социальных норм общества. Взаимосвязь права и государства.

24. Виды форм (источников) права.

Внутреннее строение системы права: отрасли и институты права.

Задания 2-го типа

1. В чем разница между правоотношением и правонарушением?
2. В чем разница между правомерным и неправомерным поведением?
3. В чем отличие субъектов правоотношений и объектов правоотношений?
4. С какими юридическими актами за свою жизнь может столкнуться гражданин России?
5. В чем разница между исполнением и соблюдением правовых норм?
6. В чем разница между использованием и применением правовых норм?
7. Какие виды юридической ответственности предусмотрены Конституцией Российской Федерации?
8. Из каких элементов состоит право собственности?
9. Какие существуют способы возникновения и прекращения права собственности на недвижимость?
10. Какие виды юридической ответственности предусмотрены за нарушение обязательств в гражданском праве?
11. В чем разница между наследованием по закону и по завещанию?
12. В чем разница между трудовым договором и договором подряда?
13. В чем разница между временем отдыха и отпуском?
14. Какие существуют меры дисциплинарной ответственности?
15. Какие органы участвуют в разрешении трудовых споров?
16. Каким образом заключается брак в Российской Федерации?
17. Какой порядок выплаты алиментов предусмотрен в отношении двух детей?
18. Какие органы осуществляют воспитание детей, оставшихся без попечения родителей?
19. Кто и каким образом подвергается административной ответственности за правонарушение, совершенное несовершеннолетним?

20. Какие меры ответственности предусмотрены в административном праве?

21. В чем разница между преступлением и правонарушением?

22. В каких случаях за совершенное противоправное действие юридическая ответственность не наступает?

23. В каком порядке уголовной ответственности подвергаются несовершеннолетние?

24. Каковы цели уголовного наказания?

25. В чем состоит принцип личной и виновной ответственности в уголовном праве?

Задания 3-го типа

Задание № 1.

Какова форма правления в этом государстве?

В государстве Н. главой является президент, который избирается всенародным голосованием. Исполнительная власть принадлежит правительству во главе с премьер-министром. Президент является верховным главнокомандующим, обладает правом отправить правительство в отставку и распустить парламент.

Задание № 2

Какова форма государственного устройства в данном государстве?

В составе государства А. выделены только административно-территориальные единицы, действует единая система законодательства и единая финансово-денежная система.

Задание № 3

Из нижеприведённых терминов четыре относятся к одному понятию. Найдите лишнее слово:

Деспотия, монархия, авторитаризм, тирания, фашизм.

Задание № 4

Какой смысл правоведы вкладывают в понятие «правовое государство»?

Задание № 5

Найдите и исправьте ошибки:

Франция – федеративное государство. Её субъектами являются Гасконь, Нормандия, Прованс и др. Франция является парламентской республикой, для которой характерны: 1) верховенство власти парламента; 2) правительство формируется лидером партии, победившей на парламентских выборах; 3) члены правительства ответственны перед президентом. Парламент Франции – высший орган законодательной власти – состоит из двух палат: Национального Собрания и Сената.

Задание № 6

Определите гипотезу, диспозицию и санкцию:

«Вовлечение несовершеннолетнего в систематическое употребление спиртных напитков, одурманивающих веществ, в занятие бродяжничеством и попрошайничеством, совершенное родителем, либо иным лицом, на которое законом возложены обязанности по воспитанию

несовершеннолетнего, – наказывается ограничением свободы на срок до 3-х лет, либо арестом на срок от четырех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до 5-ти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового».

Задание № 7

Что из перечисленного ниже можно отнести к подзаконным нормативным актам?

– Указ Президента Российской Федерации «Вопросы прохождения военной службы»;
– указ Президента Татарстана;
– Конституция Российской Федерации;
– Постановление Правительства Российской Федерации «Об утверждении типового положения об образовательном учреждении»;
– приказ Министра внутренних дел Российской Федерации;
– Закон Российской Федерации «Об образовании».

Задание № 8

Укажите, когда вступают в силу следующие нормативные акты:

– Федеральный конституционный закон;
– Указ Президента Российской Федерации;
– Постановление Правительства Российской Федерации;
– муниципальный правовой акт.

Задание № 9

Какие субъективные права и обязанности могут возникать с рождения?

Задание № 10

В реферате на тему: «Система органов государственной власти в России» обучающийся Ромашкина утверждала, что все государственные органы обязательно должны принадлежать к какой-либо одной из трех ветвей власти. Преподаватель рекомендовал обсудить данный вопрос на семинаре.

Права ли Ромашкина? Если она ошибается, то назовите такие органы государственной власти, которые не входят ни в одну из трех ветвей власти.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Управление проектом»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
К*валификация выпускника:** ***Бакалавр
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....3

III. Тематический план.....6

IV. Содержание дисциплины.....7

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....9

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....13

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....15

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Управление проектом» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Управление проектом» закладывает основы для формирования знаний о влиянии проектных технологий на эффективность хозяйственной деятельности, умения структурировать процессы, происходящие в рамках проекта, планировать их временное и ресурсное обеспечение; навыков подхода к решению основных управленческих задач, в контексте управления проектами.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является приобретение обучающимися способностей применения методов и средств управления, используемых для решения задач в рамках различных проектов во всех областях деятельности; формирование у обучаемых четких представлений об отличиях проектной деятельности от традиционной операционной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение основных концепций, философии и методологии управления проектами;
- формирование умений структурировать, планировать, оценивать проекты, организовывать и контролировать их выполнение на протяжении жизненного цикла;
- приобретение базовых навыков сетевого и календарного планирования проектов разных типов;
- формирование основы системы компетенций в области обоснования, подготовки, планирования, организации и контроллинга проектов различных типов и масштаба.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения исходя из действующих правовых норм имеющихся ресурсов и ограничений	**УК-2**	**УК-2.2**	систему национальных и международных стандартов в области управления проектами. Классификацию проектов. Жизненный цикл и фазы проекта. Критерии успехов и неудач проекта. Виды организационных структур управления проектами. Процессы и функции управления проектами. Основные процессы жизненного цикла команды про-	проводить расчет технико-экономических показателей проекта. Идентифицировать риски проекта. Разрабатывать план управления проекта. Проводить анализ заинтересованных сторон проекта. Анализировать показатели эффективности производственного процесса	Постановки целей проекта, календарного и ресурсного планирования проекта. Определения основных вех проекта. Структурной декомпозиции проекта. Построения сетевых моделей проекта. Распределения ответственности. Распределения проектной информации. Разработки устава проекта.	Контактная работа: Лекции Ситуационные практикумы Практикумы по решению задач Самостоятельная работа

			екта. Основные операционные процессы проекта. Виды и основные характеристики поточных линий			
…						

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Основные подсистемы и элементы управления проектами.	3		3							7	Практикум по решению задач №1/9, №2/9
Тема 2. Процессы и функции управления проектами. Управление рисками проекта.	2		2							7	Практикум по решению задач №3/9,
Тема 3. Целеполагание в проектах. Календарное планирование и организация системы контроля проекта.	2		2							7	Практикум по решению задач №4/9, №5/9, №6/9.
Тема 4. Управление персоналом и коммуникациями проекта.	3			**3**						7	Ситуационный практикум №1/5 Ситуационный практикум №2/5
Тема 5. Управление операционными (производственными) процессами проекта.	3		**3**							6	Практикум по решению задач №7/9, №8/9,
Тема 6. Бизнес-планирование создания и развития проектной деятельности организации.	3		**3**							6	Практикум по решению задач №9/9, №10/9,
Всего:	**16**		**13**	**3**						**40**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основные подсистемы и элементы управления проектами.

Цели, задачи и структура курса. История управления проектами. Система стандартов в области управления проектами. Проект, программа. Классификация проектов. Цели и стратегии проекта. Структуры проекта. Типы и примеры структурных моделей проекта, используемых в УП. Жизненный цикл и фазы проекта. Стейкхолдеры проекта. Менеджер и команда проекта. Взаимодействие участников проекта. Критерии успехов и неудач проекта. Основные причины неудач проекта. Категории эффективности проекта. Технико-экономические показатели проекта: себестоимость, прибыль, цена, рентабельность, объем инвестиций, чистый дисконтированный, срок окупаемости и др.). Организационная структура управления проектами. Виды организационных структур: линейная, функциональная, проектная, матричная, смешанная.

Тема 2. Процессы и функции управления проектами. Управление рисками проекта.

Процессы и функции управления проектами. Понятие процессов в управлении проектами. Основные и вспомогательные процессы в управлении проектами. Понятие инициации, планирования, выполнения, контроля и закрытия проекта. Функции управления проектами: управление интеграцией, управление предметной областью, управление временем, управление стоимостью, управление рисками, управление коммуникациями, управление человеческими ресурсами, управление качеством, управление контрактами и поставками. Цели, структура, этапы разработки системы управления проектами в компании. Основные этапы и порядок разработки технологических (процессных) и продуктовых инноваций, программы организационных изменений. Управление рисками проекта. Риски, определение и классификация. План управления рисками. Идентификация, анализ, планирование реагирования на риски. Мониторинг и контроль рисков.

Тема 3. Целеполагание в проектах. Календарное планирование и организация системы контроля проекта.

Целеполагание. Формулировка целей. Документ, утверждающий цели проекта. Календарное планирование и организация системы контроля проекта. Последовательность шагов календарного планирования. Структурная декомпозиция работ. Матрица ответственности. Матрица отчетности. Вехи проекта. Сетевая модель. Метод критического пути. Расчёт временных параметров по схеме «работа –дуга» и «работа-вершина». Построение календарных графиков и графиков потребности ресурсов. Оптимизация сетевой модели. Принципы построения системы контроля.

Тема 4. Управление персоналом и коммуникациями проекта.

Управление персоналом в проекте. Организационное планирование проекта. Развитие команды проекта. Мотивация участников проекта. Распределение ролей в команде. Управление коммуникациями в проекте. Планирование коммуникаций проекта, распределение проектной информации, представление отчетности, административное завершение. Разработка плана управления коммуникациями проекта. Подбор персонала.

Сущность и методы делового общения, переговоры и проведение совещаний, распределение заданий при выполнении проектов. Правила и форма деловой переписки, сущность и виды электронных коммуникаций при выполнении проектов

Тема 5. Управление операционными (производственными) процессами проекта

Понятие операционных (производственных) процессов. Основные, вспомогательные и обслуживающие операционные процессы. Характеристики и показатели эффективности операционных процессов. Технологическая и производственная себестоимость проекта. Планирование операций и операционного процесса. Последовательный, параллельно- последовательный и параллельный вид выполнения операций. Расчет длительности производственного процесса. Понятие, виды и основные характеристики поточных линий.

Тема 6. Бизнес-планирование создания и развития проектной деятельности организации

Понятие бизнес планирования, основные цели и задачи, содержание, основные функции бизнес-плана, классификация бизнес планов, бизнес-план как инструмент построения бизнес процессов, структура и содержание основных разделов бизнес-плана, оценка внешней среды относительно развития направлений проектной деятельности, основные методы бизнес-планирования. Основные направления и методы развития деятельности, продуктов организации. Система сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов. Реорганизация бизнес-процессов.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, ситуационный практикум, практикум по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов.

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям необходимо акцентировать внимание студентов на детальное изучение методов решения задач и примеров, рассмотренных на лекционных занятиях и нацелить на самостоятельное решение заданий из учебника, приведенных в конце каждой главы учебника.

Порядок проведения практикума.

1. Преподаватель разъясняет приёмы и методы решения на примере типовых задач по изучаемой теме (2-3 задачи).

2. Преподаватель даёт 2-3 задачи для самостоятельного решения.

3. Преподаватель контролирует решение задач обучающимися в индивидуальном порядке, подсказывает правильные пути решения.

4. По окончании практикума преподаватель подводит итоги, вскрывает типичные ошибки и отмечает отличившихся обучающихся, успешно решивших все задачи.

В ходе выполнения практикума обучающиеся более глубоко усваивают физические законы посредством применения их к конкретным физическим ситуациям и процессам, учатся моделировать физические явления и анализировать полученные результаты.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый

этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 1. Основные подсистемы и элементы управления проектами.	Типы и примеры структурных моделей проекта, используемых в УП. Понятие критериев успеха и неудач проекта. Примеры успешных и неудачных проектов.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму Подготовка реферата	Подготовка к защите задания по Практикуму по решению задач
Тема 2. Процессы функции управлени проектами. Управл ние рисками проект	Основные и вспомогательные процессы в управлении проектами. Корпоративная система управления проектами. Цели, структура, этапы разработки системы управления проектами в компании.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму Подготовка реферата	Подготовка к защите задания по Практикуму по решению задач
Тема 3. Целеполагание в проектах. Календарное планирование и организация системы контроля проекта.	Вехи проекта. Принципы построения системы контроля. Мониторинг и контроль рисков.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму Подготовка реферата	Подготовка к защите задания по Практикуму по решению задач
Тема 4. Управление персоналом и коммуникациями проекта.	Мотивация участников проекта. Распределение ролей в команде. Подбор персонала.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети	Подготовка к защите задания по Ситуационному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
		«Интернет» Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета по практикуму	
Тема 5. Управлени операционными (производственными процессами проекто	Основные, вспомогательные и обслуживающие операционные процессы.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму Подготовка реферата	Подготовка к защите задания по Практикуму по решению задач
Тема 6. Бизне планирование созд ния и развития про ектной деятельно сти организации	Постановка на налоговь учет, получение кодов стат стики, постановка на учет в внебюджетные фонды, рег страция ИП, ликвидация ю лица, очередность удовлетв рения кредиторов при ликв дации общества, снятие налогового учета.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму Подготовка реферата	Подготовка к защите задания по Практикуму по решению задач

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Аньшин, В.М. Управление проектами: фундаментальный курс / В.М. Аньшин, А.В. Алешин, К.А. Багратиони ; ред. В.М. Аньшин, О.М. Ильина. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 624 с. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227270. – ISBN 978-5-7598-0868-8. – Текст : электронный.
2. Управление проектом: теория, методология, практика: монография / В. В. Володин, В. И. Хабаров. – М.: Университет ≪Синергия≫,

2018. – 224 с.

Дополнительная литература

1. ГОСТ Р ИСО 21500:2014. Руководство по проектному менеджменту.

2. Арсеньев, Ю.Н. Управление проектами, программами : учебник : в 2 томах : [16+] / Ю.Н. Арсеньев, Т.Ю. Давыдова ; под ред. Ю.Н. Арсеньева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – Том 1. Методология проектов. – 473 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600625 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1748-5 (т. 1). - ISBN 978-5-4499-1764-5. – DOI 10.23681/600625. – Текст : электронный.

3. Арсеньев, Ю.Н. Управление проектами, программами : учебник : в 2 томах : [16+] / Ю.Н. Арсеньев, Т.Ю. Давыдова ; под науч. ред. Ю.Н. Арсеньева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – Том 2. Реализация проектов. – 565 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601692 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1749-2 (Т. 2). - ISBN 978-5-4499-1764-5. – DOI 10.23681/601692. – Текст : электронный.

4. Литвин, Ю.И. Проектный менеджмент: теория и практика: учебное пособие и практикум для бакалавриата : [16+] / Ю.И. Литвин, И.Ю. Литвин, Р.Р. Харисова. – Москва : Прометей, 2020. – 241 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576053. – Библиогр.: с. 234- 239. – ISBN 978-5-907166-99-8. – Текст : электронный.

5. Управление проектами : учебник : [16+] / под ред. Н.М. Филимоновой, Н.В. Моргуновой, Н.В. Родионовой. – Москва : ИНФРА-М, 2018. – 347 с. : ил., табл. – (Высшее образование - бакалавриат). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611356. – Библиогр.: с. 335-337. – ISBN 978-5-16-013197-9 (print). - ISBN 978-5-16-105962-3 (online). – Текст : электронный.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Национальная ассоциация управления проектами	https://www.sovnet.ru/
2.	INTERNATIONAL PROJECT MANAGEMENT ASSOCIATION	https://www.ipma.world/
3.	Официальный сайт компании Проектная практика	https://pmpractice.ru/
4.	Project management institute	https://www.pmi.org/
5.	Официальный сайт компании ПМ Экспер	https://pm.expert/
6.	Ассоциация менеджеров проекта Проектный Альянс	https://pmalliance.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

• Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	8-9 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 5-7 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 2-4 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы, имеются ошибки в расчетах, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 1 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, имеются ошибки в расчетах, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. 0 - практикум не выполнен.
2.	Ситуационный практикум	8-9 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие определения, правильно определены соответствующие документы, использована требуемая информация, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 5-7 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие определения, правильно определены соответствующие документы, использована требуемая информация, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 2-4 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие определения, имеются ошибки в выводах, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		1 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, выводы и ответы на вопросы отсутствуют. 0 - практикум не выполнен.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Примерные задания к практикумам по решению задач

Задание №1. Расчет экономических показателей проектов и выбор наиболее эффективного варианта проекта.

Рассматриваются два варианта выполнения проекта подрядной организацией в течение года. Планируемые показатели приведены в таблице:

Планируемые показатели, тыс. руб.		Проект	
		№ 1	№ 2
Материальные затраты		2250	4200
Зарплата			
Отчисления в социальные фонды (30%)			
Балансовая стоимость оборудования, используемого при выполнении проекта		2 000	1800
Балансовая стоимость здания, используемого при выполнении проекта		4 000	4500
Норма амортизационных отчислений (%)	На оборудование	10	11
	На здание	2,5	2,5
Амортизация			
Прочие		460	120
Совокупные затраты (полная себестоимость)			
Рентабельность по себестоимости, %		10	10
Прибыль			
Цена проекта			

Трудоемкость работ по вариантам проектов представлена в таблице:

Вариант	Трудоемкость работ, нормо-час.	
	Вариант А	Вариант Б
1	1800	3000
2	2000	4000
3	3000	5000
4	4000	1500
5	2600	2000
6	3000	2700

7	3400	4800
8	2900	3800
9	4800	3900
10	6000	5000
11	2600	3000
12	3000	4000
13	3400	5000
14	2900	1500
15	3000	4800

Для основных рабочих предусматривается сдельная система оплаты труда: расценка -350 руб. за нормо–час. работы. Зарплата вспомогательного и административно-управленческого персонала составляет 80% от зарплаты основных рабочих.

Необходимо определить отчисления в социальные фонды, амортизационные отчисления, совокупные затраты (полную себестоимость) на выполнение каждого проекта, прибыль, цену проекта и выбрать наиболее эффективный вариант для подрядной организации.

Задание №2. Расчет экономических показателей проектов и выбор наиболее экономически выгодный вариант проекта.

Рассматриваются два варианта проекта. Определите плановую численность основных и вспомогательных рабочих, численность специалистов и административно-управленческого персонала (АУП) команды проекта, расходы на зарплату, отчисления в социальные фонды, полную себестоимость, цену, прибыль проектов и наиболее экономически выгодный вариант проекта.

Исходные данные формируются студентами по последней цифре номера зачетной книжки или студенческого билета: номера работ, включенных состав проекта, указаны в таблице 1 и соответственно объем работ (ед.), нормы времени на единицу работы (нормо-час./ед.) проектов) выбираются из таблицы 2.

Таблица 1 – Номера работ в проектах

Последний номер зачетки	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Номера работ в проектах	1-7	1,3-7	2-7	1.3.4-7	2-5,7	1-6	2,4-7	1-4,6,7	3-7	1-3, 5-7

Продолжительность выполнения проекта для всех вариантов 3 - месяца.

Таблица 2 - Объем работ (ед.), нормы времени на единицу работы (нормо-час./ед.)

Номер работы	Проект А		Проект Б	
	Объем работ (ед.)	Нормы времени, нормо-час	Объем работ (ед.)	Нормы времени, нормо-час
1	18	100	120	10

2	20	80	30	60
3	30	15	14	25
4	40	20	50	20
5	2	1000	12	100
6	120	2	12	12
7	60	3	6	30

Численность вспомогательных рабочих составляет 30% от численности основных рабочих. Численность специалистов и АУП составляет 10% от численности основных и вспомогательных рабочих. Коэффициент, учитывающий невыходы на работу – 1,12. Действительный годовой фонд времени работы одного рабочего – 1900 час. Число смен -1. Для основных рабочих предусматривается сдельная система оплаты труда: расценка - 350 руб. за нормо–час. работ №1-№3; 380 руб. . работ №4-№7. Для остальных работников оклады: для вспомогательных рабочих в размере 50 тыс. руб. в месяц., для служащих и для АУП – 90 тыс. руб. в месяц в среднем по данной группе персонала. Отчисления в социальные фонды – 30% от зарплаты. Стоимость материальных ресурсов проектов: вариант А – 1500 тыс. руб., вариант Б – 1800 тыс. руб. Накладные расходы предусматриваются в размере 60% от фонда оплаты труда. Планируется 10% рентабельности по себестоимости.

Задание №4. Оценка рисков проектов.

Рассматриваются два варианта проекта с риском неполучения плановой прибыли. По данным таблицы 1 рассчитайте:

- планируемую полную себестоимость проекта,
- плановую прибыль проекта,
- величину прибыли при наступлении рискового события;
- величину возможной потери прибыли при наступлении рискового события; - среднее ожидаемое значение и среднеквадратическое отклонение прибыли.

После оценки риска выберите проект.

Таблица 1. Исходные данные

Планируемые показатели, тыс. руб.	Проект	
	№ 1	№ 2
Материальные затраты	250	420
Зарплата с отчислениями в социальные фонды	260	530
Амортизация	280	600
Прочие	46	120
Совокупные затраты (полная себестоимость)		

Проект № 2										
Показатели	Вариант									

Плановая рентабельность по себестоимости, %		0	1	2	4			5		6
Вероятность получения плановой рентабельности	,8	,85	,9	,7	,75	,77	,83	,91	,78	,86
Вероятность потери плановой рентабельности	,2	,15	,1	,3	,25	,23	,17	,09	,12	,14

Проект № 2										
Показатели	Вариант									
Плановая рентабельность по себестоимости, %	5		6		0	1	0	0	1	2
Вероятность получения плановой рентабельности	,77	,83	,78	,86	,8	,85	,9	,7	,77	,91
Вероятность потери плановой рентабельности	,23	,17	,12	,14	,2	,15	,1	,3	,23	,09

Задание №4. Построение и расчёт временных параметров и оптимизация сетевой модели по схеме «работа-вершина».

Построить диаграмму ежедневной потребности не расходуемых (трудовых) ресурсов по исходным данным таблицы 1. Выполните оптимизацию трудовых ресурсов за счет перераспределения и равномерного ежедневного их использования при выполнении работ, имеющих резервы времени. Определите величину их сокращения после оптимизации.

Таблица 1. Исходные данные

Работа	**Предшествующие ей работы**	**Продолжительность работ, в днях**														**Ко** **сурс** **чел**
		Вариант														
											0	1	2	3	4	5	
А	-																
Б	-																
В	А																
Г	Б																
Д	Б																
Е	А; В																
Ж	Г; Д																

З	Е, Д																

Задание №5. Построение и расчёт временных параметров сетевой модели по схеме «работа-дуга».

Составьте сетевую модель вида «работа-дуга (стрелка)». Постройте календарный план проекта

Работа	**Предшествующие ей работы**	**Продолжительность, в днях. Варианты.**													
										0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
А	-														
Б	А														
В	А														
Г	Б														
Д	Б; В														
Е	А; В														
Ж	Г; Д														
З	Е, Ж														

Задание №6. Построение сетевого график работ методом критического пути и PERT.

Разрабатывается проект по продаже эксклюзивных товаров. Администрация магазина озабочена тем, что покупатели будут обслуживаться недостаточно быстро. Предполагается, что процесс обслуживания будет выглядеть следующим образом:

Код работы	**Название операции**	**Код предшествующей операции**
А	Поступление покупателя	-
Б	Ожидание покупателем консультанта	А
В	Выяснение потребностей покупателя	А
Г	Формирование предложения консультантом	Б
Д	Анализ предложения покупателем	В,Г
Е	Выбор товара	В,Г
Ж	Примерка	Д
З	Заключительный выбор товара	Е
И	Упаковка и оплата товара на кассе	Ж,З
К	Уход покупателя	И

Экспертная оценка продолжительности обслуживания представлена в таблице

К	Наиболее вероятная	С	Г

од работы	продолжительность операций (t_i), мин.										птимистическая	есимистическая
	Вариант											
	1	2	3									
А	10	10	5		0			0			3	20
Б	30	25	10	0	0	5	0	5	5	0	15	75
В	15	10	25	5	0	5	5	0	5	0	5	25
Г	20	20	10	0	5	5	0		0		15	30
Д	25	20	15	0	0	0	0	5	0	0	10	35
Е	45	40	35	5	0	5	5	0	5	0	20	60
Ж	15	15	-	5		0	5				10	25
З	25	20	25	5	5	0	5	5	5	0	15	45
И	15	20	15	5	5	0	5	5	0	0	10	30
К	5	10	5			0	0				15	30

Задание:

1. Постройте сетевой график работ по наиболее вероятной продолжительности операций и определите критический путь.
2. Используя метод PERT, определите ожидаемую продолжительность (m_i) каждой операции, на основании полученных значений составьте новый вариант сетевого графика.
3. Определите среднеквадратическое отклонение продолжительности обслуживания покупателя $S=\sqrt{1/n\sum(t_i - m_i)^2}$.
4. Дайте предложения по снижению продолжительности обслуживания покупателя.

Задание №7. Расчет длительности технологического, производственного циклов и построение календарного графика производства партии изделий проекта при последовательном виде движения деталей.

Проект предусматривает производство партии изделий n - 50 шт. Изделие является сборочным. Нормы времени по операциям представлены в табл. 1. На самой длительной операции - два рабочих места (С=2). Режим работы – односменный. Длительность межоперационных перерывов - 20 мин. Естественные процессы (сушка, остывание и т.д.) не предусматриваются.

Таблица 1 –Техпроцесс изготовления изделия

Номер опе	Номер детали и нормы времени на операцию при их изготовлении t_i, мин.		
	№1	№2	№3
01	2	4	2
02	4	4	-
03	2	2	4
04	2	8	2
Сборка	Варианты		

Определить длительность (в сут.) технологического, производственного циклов и построить календарный график производства партии изделий проекта при последовательном виде движения деталей.

<u>Задание №8. Расчет длительности технологического, производственного циклов и построение календарного графика производства партии изделий проекта при последовательно-паралельном виде движения деталей.</u>

Проект предусматривает производство партии изделий n - 50 шт. Изделие является сборочным. Нормы времени по операциям представлены в табл. 1. На самой длительной операции - два рабочих места (С=2). Режим работы – односменный. Длительность межоперационных перерывов - 20 мин. Естественные процессы (сушка, остывание и т.д.) не предусматриваются.

Таблица 1 –Техпроцесс изготовления изделия

Номер опе	Номер детали и нормы времени на операцию при их изготовлении t_i, мин.		
	№1	№2	№3
01	2	4	2
02	4	4	-
03	2	2	4
04	2	8	2
Сборка	Варианты		

Определить длительность (в сут.) технологического, производственного циклов и построить календарный график производства партии изделий проекта при последовательно-параллельном виде движения деталей.

<u>Задание № 9. Установление целесообразности реструктуризации проектной деятельности</u>

Организация выполняет проекты трех видов: А, Б и В. Спрос на проекты А и Б стабилен, на проект В снижается. У предприятия есть возможность заменить его на проект Г с более низкой ценой и переменными затратами. структура продаж (существующая и плановая продаж после замены проекта) представлена в табл. 1.

Таблица 1. Структура продаж проектов

Варианты	Существующая структура продаж, %			Плановая структура продаж, %		
	Вид проекта			Вид проекта		
	А	Б	В	А	Б	Г
1	30	30	40	32	32	36
2	40	40	20	38	38	24
3	32	35	33	32	35	33
4	35	35	30	37	37	26
5	38	30	32	40	32	28
6	33	35	32	36	38	26
7	30	40	30	35	45	20
8	40	30	30	45	35	20
9	32	32	36	30	30	40
10	38	38	24	40	40	20
11	32	35	33	32	35	33
12	36	38	26	33	35	32
13	35	45	20	30	40	30
14	45	35	20	40	30	30
15	30	30	40	32	32	36

Определить влияние замены проектов на прибыль при объеме продаж 300 тыс. ден. ед. Постоянные затраты при обоих вариантах составляют 40 тыс. ден. ед. Цена и удельные переменные расходы проектов приведены в табл. 2.

Таблица 2. Цена и удельные переменные расходы проектов

Проект	Цена проекта, ден. ед.,	Переменные затраты на один проект, ден. ед.,
А	10	4
Б	16	6
В	24	16
Г	20	12

Задание № 10. Расчет показателей бизнес-процесса по техническому перевооружению производственных фондов.

Для выполнения проектов организация планирует осуществить в течение года бизнес процесс по техническому перевооружению производ-

ственных фондов. Планируемый объем инвестиций и снижения затрат (увеличения прибыли) приведен в таблице.

Таблица 1. Планируемый объем инвестиций и снижения затрат (увеличения прибыли)

Варианты	Снижение затрат на выполнение проектов, тыс. руб.	Объем инвестиций (капитальных вложений), тыс. руб.
1	1200	1800
2	2000	2800
3	3000	4000
4	800	1400
5	700	1200
6	600	1100
7	850	1350
8	900	1500
9	1000	1800
10	1100	1800
11	1300	1900
12	1400	2000
13	1500	2500
14	1600	2500
15	500	800

Коэффициент износа оборудования принят равным 0,1. Рассчитайте чистый дисконтированный доход и срок окупаемости при норме дисконта 0,15. Результаты расчета сведите в таблицу 2.

Таблица 2 - Показатели технического перевооружения производства, тыс. руб.

№ п/п	Показатели, тыс. руб.	Период, год			
		0	1	2	3
1	Планируемое снижение затрат (увеличения прибыли)				
2	Налог на имущество 2,2% от стоимости имущества				
3	Налогооблагаемая прибыль				
4	Налог на прибыль				
5	Чистая прибыль				
6	Начисленный износ (амортизация)				
7	Эффект от операционной деятельности				
8	Эффект от инвестиционной деятельности				

9	Поток реальных денег				
10	Коэффициент дисконтирования (α_t)				
11	Дисконтированный поток реальных денег				
12	Накопленный дисконтированный поток реальных денег				

Примерные задания к ситуационному практикуму
Ситуационный практикум №1

Задание №1. Установление процесса отбора персонала.

Пронумеруйте цифрами от 1 до 9 операции процесса подбора персонала команды проекта, а также укажите исполнителя операции из числа: отдела кадров; линейных руководителей и других ответственных лиц.

Номер операции	Операции процесса подбора персонала	Исполнитель
	Составление заявки на персонал	
	Определение источников найма персонала	
	Собеседование	
	Установление взаимодействий с источниками найма	
	Разработка критериев отбора персонала	
	Проверка документов медицинского освидетельствования кандидатов на вакантные должности	
	Организация проведения конкурсов на замещение вакантных должностей	
	Проведение первичного инструктажа	
	Проведение инструктажа по пож. безопасности	

Задание №2. ***Установление последовательности этапов проведения совещания.***

Эффективность производственных совещаний зависит от качества их подготовки. Подготовка совещаний включает в себя ряд последовательных этапов. Пронумеруйте цифрами от 1 до 6 последовательность подготовки совещания.

Содержание этапа	Номер этапа
Определение участников совещания и их ролей	
Информирование участников	
Формулировка целей совещания	
Анализ ситуации и постановка задач для совещания	
Определение регламента, методов и процедур принятия решения	

Предоставление помещения	

Задание №3. Установление важности качеств руководителя в процессе управления проектами.

Проранжируйте следующие качества руководителя, необходимые для принятия управленческих решений, и прокомментируйте свой выбор:

Важность качества (номер)	Качества руководителя	Комментарии
	Умение выделить суть основных взаимосвязей проблемы проекта	
	Смелость отклонять стандартные методы решения проблемы и искать новые, оригинальные	
	Видеть дальше непосредственно данной сложившейся ситуации	
	Предложить новый вариант реорганизации элементов для иного функционирования проекта	
	Предвидеть несколько различных вариантов проектов и выбирать наиболее эффективный	
	Переключаться с одной зрительной модели на другую, заложенную в том же образе проекта	
	Иметь чутье к наличию проблемы там, где кажется, что все уже решено	
	Предвидеть последствия принимаемых решений	

Ситуационный практикум №2

Задание №1 Установление ответственных лиц за разработку регламентирующих документов проекта

Из приведенных ниже документов определите структурные подразделения, которые несут ответственность за их разработку.

Регламентирующие документы	
Проектно-сметная документация	
Штатное расписание	
Правила внутреннего трудового распорядка	
Нормы амортизационных отчислений	
Положение об оплате труда	
Маркетинговый план	
Налоговая политика	
Календарный план-график выполнения проекта	
Должностные инструкции персонала проекта	
План-график ремонта оборудования	
Положение об обучении и повышении квалификации персонала проекта	
Положение о документообороте организации	
Положение о проведении конкурсов на поставку сырья и материалов	
Нормы командировочных расходов	

Задание №2. Принятие решений по установлению типа организационной структуры.

Необходимо определить тип организационной структуры управления организацией.

1. Организация разрабатывает проекты в нескольких районах города. Выручка от продаж проектов в общем объеме продаж организации составляет 75%.

2. Организация разрабатывает проекты по модификации трех видов товара широкого потребления. Планируется запустить линию по их производству.

Задание №3. Установление функций управления проектами.

На основании характеристики общих задач управления, а также результатов проектов определите соответствующую функцию управления проектами: прогнозирование и планирование; организация; координация и регулирование; мотивация; контроль, учет, анализ.

Общие задачи управления	Результаты (решения)	Функция
1. Обоснование темпов планомерного развития организации	Планы по разработке и реализации проекта	
2. Количественная и качественная	Акт ревизий, проверок	

оценка, а также учет результатов работы.	проекта	
3. Установление взаимодействия, согласований действий работников проекта	Положения о работе членов команды проекта. График работы и распорядка дня структурных подразделений предприятия.	
4. Образование структурных подразделений системы управления, установление связи между объектом и субъектом управления	Структура управления проектом. Штатное расписание проекта.	
5. Создание условий для эффективной, творческой работы и поддержание постоянной заинтересованности в результатах труда	Положение об оплате труда, о премировании, коллективный договор	

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление проектом» проводится в форме зачета

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку уме-	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профес-

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
ний и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	сиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена (в 3-м семестре).

Задания 1 типа

Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющие оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними:

1. Понятие и основные определения проекта, программы и портфеля.
2. Классификация проектов. Цель, миссия, разработка и реализация стратегии проекта.
3. Жизненный цикл, результаты, окружающая среда и участники проекта.
4. Категории эффективности проекта.
5. Технико-экономические обоснование проекта: себестоимость, прибыль, цена, рентабельность, объем инвестиций, чистый дисконтированный, срок окупаемости и др.).
6. Организационная структура управления проектами и ее виды.
7. Сущность и процессная концепция управления проектами. Основные категории управления проектами.
8. Содержание процессов инициации, планирования, выполнения, контроля и закрытия проекта.
9. Структурная декомпозиция работ: понятие, порядок осуществления, форма предоставления результатов.
10. Содержание функций управления проектами.
11. Управление интеграцией, предметной областью и временем (сроками) проекта.
12. Основные этапы и порядок разработки технологических и продуктовых инноваций.
13. Управление стоимостью проекта: планирование и контроль доходов и расходов (по статьям или по элементам).
14. Управление материальными ресурсами проекта.
15. Управление трудовыми ресурсами.
16. Управление рисками, качеством, информацией и коммуникациями.
17. Организация работ по выполнению проекта: управление работами, изменениями и содержанием (администрирование) проекта.

18. Экстенсивный и интенсивный пути ресурсных изменений проекта. Управление расписанием и стоимостью проекта.

19. Контроль работ проекта.

20. Характеристики и показатели эффективности операционных процессов.

21. Технологическая и производственная себестоимость проекта.

22. Последовательный, параллельно- последовательный и параллельный вид выполнения операций.

23. Расчет длительности производственного процесса.

24. Понятие, основные цели и задачи бизнес планирования, содержание, основные функции и классификация бизнес планов.

25. Структура и содержание основных разделов бизнес-плана.

26. Сетевое и календарное планирование: расчет временных параметров и построение графиков.

27. Управление рисками проекта: определение, классификация, идентификация, анализ, мониторинг и контроль рисков.

28. Управление персоналом в проекте: принципы формирования команды, мотивация участников проекта, личность руководителя проекта и лидерство.

29. Государственная регистрация и постановка юридических лиц на учет.

30. Информационное обеспечение управления проектами: состав, структура, характеристики.

Задания 2 типа

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

1. Какая существует взаимосвязь между проектом, программой и портфелем проектов?
2. В чем заключается взаимосвязь стратегического анализа, разработки миссии, целей и стратегии проекта?
3. В чем заключаются противоречия в интересах основных участников проекта и как это отражается на выполнение проекта. Приведите примеры.
4. В чем заключаются достоинства и недостатки организационных структур управления проектами. Приведите примеры проектов и структур.
5. Чем различается разработка проектов технологических (процессных) инноваций от проектов продуктовых инноваций. Приведите пример.
6. Какими временными параметрами сетевого графика отражается взаимосвязь начала и окончания выполнения работ проекта?
7. На каких принципах осуществляется построение и расчет вре-

менных параметров сетевого графика типа «работа-вершина».

8. На каких принципах осуществляется построение и расчет временных параметров сетевого графика типа «работа-стрелка».

9. Какие факторы и каким образом влияют на продолжительность проекта?

10. В чем заключается оптимизация ежедневной потребности расходуемых ресурсов за счет резервов времени работ.

11. Каким образом оказывает влияние изменения затрат на цену и рентабельность проекта. Покажите на примере отдельных элементов затрат.

12. На каких принципах осуществляется формирование цены, прибыли и рентабельности проекта.

13. Обоснование окупаемости инвестиций проекта.

14. Опишите методы определения потребности в механизмах и производственной площадях.

15. Опишите принципы формирования команды проекта.

16. Опишите методы определения состава и численности работников проекта.

17. В чем заключаются особенности установления трудоемкости работ проекта различными методами.

18. В чем заключается взаимосвязь объемов, продолжительности и стоимости работ?

19. В чём заключается технико-экономическое обоснование проекта? Приведите пример.

20. Как с помощью статистических методов оцениваются проекты по степени риска и какие методы позволяют снизить риски.

21. Какие факторы влияют на эффективность работы команды проекта?

22. Какими личностными качествами должен обладать эффективный руководитель проекта?

23. В чем заключается разница в разработке сетевого графика с использованием вероятностных временных параметров по методу PERT и методом критического пути. Покажите на примере выполнения 4-5 работ.

24. Опишите порядок оптимизации ежедневной потребности трудовых ресурсов за счет резервов времени работ. Приведите пример.

25. В чем заключается различие в расчете длительности последовательного, параллельно-последовательного вида выполнения операций. Покажите на графиках.

26. В чем заключается различие в расчете длительности параллельно-последовательного и параллельного вида выполнения операций. Покажите на графиках.

27. В чем состоят различия ведения проектной деятельности в форме общества с ограниченной ответственностью и индивидуального предпринимателя.

28. В чем заключается различие в расчете параметров однопредметной поточной линии и многопредметной поточной линии.

29. С помощью каких методов осуществляется оценка внешней и внутренней среды относительно развития направлений проектной деятельности? Приведите 2-3 ситуации и укажите методы оценки.

30. Какие функции по управлению проектами должны выполнять персональные компьютеры и локальные системы.

Задания 3-го типа

Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины:

Задание №1. Построить и рассчитать сетевую диаграмму по схеме «работа-вершина», построить диаграммы потребности в расходуемых ресурсах.

Выполните оптимизацию расходуемых ресурсов при ограничении по времени за счет смещения работ в пределах резерва времени.

Работа	**Предшествующие ей работы**	**Продолжительность, в днях**	**Ресурс расходуемый, единиц**
А	-	4	5
Б	А	6	5
В	А	8	6
Г	Б	5	7
Д	Б; В	7	5
Е	А; В	8	4
Ж	Г; Д	2	2

Задание №2. Рассматриваются два варианта проекта, которые планируется выполнить в течении года..

Планируемые показатели приведены в таблице:

Планируемые показатели, тыс. руб.		Проект	
		№ 1	№ 2
Материальные затраты		250	420
Зарплата		220	480
Отчисления в социальные фонды (30%)			
Стоимость оборудования		2 000	1800
Стоимость здания		4 000	4500
Норма амортизацион-	На оборудование	10	11

ных отчислений (%)	На здание	2,5	2,5
Амортизация			
Прочие		46	120
Совокупные затраты (полная себестоимость)			
Цена		1000	1800
Прибыль			
Рентабельность по себестоимости, %			

Необходимо определить отчисления в социальные фонды, амортизационные отчисления, совокупные затраты (полную себестоимость) на выполнение каждого проекта, прибыль, рентабельность по себестоимости и выбрать наиболее эффективный вариант.

Задание №3. Составьте сетевую модель вида «Работа-Дуга (стрелка)». Постройте календарный план проекта.

Работа	**Предшествующие ей работы**	**Продолжительность, в днях**
А	-	4
Б	А	6
В	А	3
Г	Б	4
Д	Б; В	7
Е	А; В	8
Ж	Г; Д	2
З	Е, Ж	4

Задание №4. Построить и рассчитать сетевую диаграмму по схеме «работа-вершина», построить диаграммы ежедневной потребности в расходуемых ресурсах. Выполните оптимизацию расходуемых ресурсов при ограничении по времени за счет сочетания «смещения» работ и «растягивания» работ в пределах резерва времени. Построить оптимизационный график ежедневной потребности в расходуемых ресурсах.

Работа	**Предшествующие ей работы**	**Продолжительность, в днях**	**Ресурс расходуемый, единиц**
А	-	4	5
Б	-	6	5
В	А	8	6
Г	Б	5	7

Д	Б	7	5
Е	А; В	8	4
Ж	Г; Д	5	2
З	Е, Д	3	3

Задание №5. Рассматриваются два варианта выполнения проекта подрядной организацией. Планируемые показатели приведены в таблице:

Планируемые показатели, тыс. руб.		Проект	
		№ 1	№ 2
Материальные затраты		2250	4200
Трудоемкость работ, нормо-час.		1800	3000
Зарплата			
Отчисления в социальные фонды (30%)			
Балансовая стоимость оборудования, используемого при выполнении проекта		2 000	1800
Балансовая стоимость здания, используемого при выполнении проекта		4 000	4500
Норма амортизационных отчислений (%)	На оборудование	10	11
	На здание	2,5	2,5
Амортизация			
Прочие		460	120
Совокупные затраты (полная себестоимость)			
Рентабельность по себестоимости, %		10	10
Прибыль			
Цена проекта			

Для основных рабочих предусматривается сдельная система оплаты труда: расценка -350 руб. за нормо–час. работы. Зарплата вспомогательного и административно-управленческого персонала составляет 80% от зарплаты основных рабочих.

Необходимо определить зарплату, отчисления в социальные фонды, амортизационные отчисления, совокупные затраты (полную себестоимость) на выполнение каждого проекта, прибыль, цену проекта и выбрать наиболее эффективный вариант проекта для подрядной организации.

Задание №6. Рассматриваются два варианта проекта. Определите плановую численность основных и вспомогательных рабочих, численность специалистов и административно-управленческого персонала (АУП) команды проекта, расходы на зарплату, отчисления в социальные фонды, полную себестоимость, цену, прибыль проектов и наиболее экономически выгодный вариант проекта. Продолжительность выполнения проекта - 3 месяца. Объем работ (ед.), нормы времени на единицу работы (нормо-час./ед.) представлены в таблице:

Номер работы	Проект А		Проект Б	
	Объем работ (ед.)	Нормы времени	Объем работ (ед.)	Нормы времени
1	18	100	120	10
2	20	80	30	60
3	30	15	14	25
4	40	20	50	20
5	2	1000	12	100
6	120	2	12	12

Численность вспомогательных рабочих составляет 30% от численности основных рабочих. Численность специалистов и АУП составляет 10% от численности основных и вспомогательных рабочих. Коэффициент, учитывающий невыходы на работу – 1,12. Действительный годовой фонд времени работы одного рабочего – 1900 час. Число смен -1. Для основных рабочих предусматривается сдельная система оплаты труда: расценка - 350 руб. за нормо–час. работ №1-№3; 380 руб.. работ №4-№7. Для остальных работников оклады: для вспомогательных рабочих в размере 50 тыс. руб. в месяц., для служащих и для АУП – 90 тыс. руб. в месяц в среднем по данной группе персонала. Отчисления в социальные фонды – 30% от зарплаты. Стоимость материальных ресурсов проектов: вариант А – 1500 тыс. руб., вариант Б – 1800 тыс. руб. Накладные расходы предусматриваются в размере 60% от фонда оплаты труда. Планируется 10% рентабельности по себестоимости.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Командная работа и лидерство»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. Аннотация к дисциплине.... 3
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.... 5
3. Тематический план 7
4. Содержание дисциплины.... 9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.... 10
6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 18
основная литература:.... 18
6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «интернет», необходимой для освоения дисциплины.... 19
6.3. Описание материально-технической базы.... 20
6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.... 20
7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.... 21

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «*Командная работа и лидерство*» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению *38.03.06 Торговое дело* (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 963 от 12.08.2020.

Дисциплина «*Командная работа и лидерство*» ориентирована на получение обучающимися знаний о практике выявления лидерских качеств; о развитии навыков командообразования и формировании Я-концепции лидера; о механизмах распределения ролей в команде и технологии оценки командной работы; о диагностике стилей поведения в конфликте и разрешении конфликтных ситуаций; об условиях применения коучинга в практике селфменеджмента.

«*Командная работа и лидерство*» – это ответ на запросы нашего времени, ориентирующего человека на развитие навыков soft-skills. Сегодня одних теоретических знаний о психологии групповой работы и о психологии лидера недостаточно, требуется создание особых учебных условий, внутри которых студенты будут отрабатывать технологии формирования конкретных навыков, а также, с помощью преподавателя-тренера, оценивать в ходе практической деятельности актуальный уровень личностных компетенций и свой потенциал роста как лидера и как успешного профессионала.

Дисциплина должна помочь любому студенту, независимо от профиля обучения, сформировать кластер «мягких навыков», включающих эмоциональный, лидерский и командный потенциал, и в дальнейшем способствовать повышению конкурентоспособности на рынке труда.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению *38.03.06 Торговое дело* и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «*Командная работа и лидерство*» является формирование у обучающихся представлений о психологических аспектах лидерства, особенностях личностного влияния и управления другими людьми, принципах формирования команды и ее успешное функционирование. Дисциплина позволяет познакомить студентов с технологиями групповой работы, детерминантами мотивации и самомотивации, моделями

маневрирования при формировании команд, стратегиями управления и многими другими психологическими приёмами работы с людьми.

Для достижений поставленных целей в рамках универсальной компетенции (УК-3) у студентов должны быть сформированы способности осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.

В практико-ориентированном и тренинговом форматах студенты научатся создавать условия для приобретения навыков управленческой и лидерской эффективности, приобретут опыт командообразования, разовьют свой лидерский потенциал для будущей деятельности.

Задачи изучения дисциплины

В соответствие с компетенциями в рамках данного курса и рабочей программой дисциплины перед студентами ставятся следующие задачи:

Знать:

- основные теории и концепции взаимодействия людей в команде, включая вопросы мотивации и управления конфликтами на основе использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
- основные правила поведения и взаимодействия в мультикультуральном пространстве отношений;
- принципы формирования команд для планомерного и последовательного достижения результатов и решения поставленных задач.

Уметь:

- организовывать командное взаимодействие для достижения командных результатов;
- применять на практике различные методы индивидуальной и групповой мотивации для решения командных задач;
- распознавать стили поведения людей в различных коммуникативных ситуациях (учебной, деловой, неформальной);
- организовывать командное взаимодействие на основе использования стратегии сотрудничества.

Владеть:

- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение членов команды с учётом знания, опыта и владения информацией о специфике командной работы;
- навыками адекватного взаимодействия с партнёрами по коммуникации, входящими в различные социальные, этнические, конфессиональные и культурные сообщества;
- современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение членов команды;
- методами индивидуальной и групповой диагностики для организации эффективного командного взаимодействия.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовател. деятельности**
			Выпускник должен знать	Выпускник должен уметь	Выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	**УК-3**	Определяет свою роль в команде на основе использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, эффективно взаимодействует с другими подразделениями и членами команды, в том числе участвует в обмене информацией, делится знаниями и опытом, осуществляет презентацию результатов работы команды	условия организации эффективной командной работы для разработки и реализации различных проектов, достижения целей стратегического и тактического планирования	создавать команду на условиях сотрудничества и взаимовыгодного обмена знаниями и опытом в области стратегического и тактического планирования	организации эффективной командной работы и презентовать полученный опыт во всех взаимовыгодных формах сотрудничества	Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоят. работа
		Различает особенности поведения разных групп людей, с которыми работает или взаимодействует, учитывает их в своей деятельности, устанавливая разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.)	формы делового общения и всевозможные виды коммуникативного поведения	дифференцировать поведение людей на основе типологии черт и особенностей характера для осуществления эффективной коммуникации	наблюдения за различными типами людей, предугадывать их возможные стратегии поведения на различных уровнях коммуникации и предотвращать организационные конфликты на уровне подразделения и рабочей команды (группы)	
		Планирует последовательность шагов для	свои индивидуально-	предугадывать действия на основе знания	управления людьми на основе знания	

		достижения командного результата и понимает результаты личных действий в решении командных задач	психологические особенности с позиции «сильных» и «слабых» личностных свойств, а также лидерского потенциала	психологических особенностей членов своей команды	законов организации совместной работы и использования лидерского потенциала для реализации корпоративной, конкурентной и функциональной стратегий организации	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лаборат. практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами	4	2								4	Доклад-презентация и дискуссия/ 9
Тема 2. Личностная идентификация лидера	4			2			2			4	Доклад-презентация и дискуссия / 9 Ситуационный практикум/ 10 Тренинг / 5
Тема 3 Формирование команды	4	3		2						4	Доклад-презентация и дискуссия / 9 Ситуационный практикум/ 10 Тренинг / 5
Тема 4. Динамика межличностных конфликтов	4						2			4	Доклад-презентация и дискуссия / 9 Ситуационный практикум/ 10 Тренинг / 5
Тема 5. Селф-менеджмент	3	2		4						4	Доклад-презентация и дискуссия /

лидера											9 Ситуационный практикум / 10
Всего, час	**19**	**7**		**8**			**4**			**34**	**100**
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами

Задачи развития управленческих навыков. Команда как объект и субъект деятельности. Современные социально-психологические техники воздействия в условиях управлении людьми. Методы и приёмы развития управленческих навыков. Личность лидера и социальная среда. Задачи управления собой и окружением. Основные виды коммуникативных тренингов для развития управленческих навыков. Инструменты выявления и развития лидерского потенциала. Имплементация лидерского потенциала управления командой. Техника чартрайтинга.

Тема 2. Личностная идентификация лидера

Лидерство в управлении людьми. Технологии определения лидерского потенциала. Психологические модели типологии лидеров. Стили лидерства в осуществлении коммуникаций различного уровня сложности. Личностные психотипы и прогноз успешности в переговорах. Мотивация и успех в командной работе. Диагностика мотивации избегания неудач и мотивации стремления к успеху. Технологии самомотивации. Харизма и власть лидера. Источники власти лидера. Вербальные и невербальные стратегии влияния в управлении людьми и командами. Манипулятивное воздействие в специфических условиях коммуникации. Личность манипулятора. Психологические аспекты принятия решений и их связь с личностью лидера. Диагностика Soft и Hard-компетенций лидера.

Тема 3. Формирование команды

Технология создания команды. Структура команды. Технология распределения групповых ролей с помощью психодиагностических методик. Мотивация и ценности участников команды. Разработка компетентностного профиля участников команды. Тренинги командообразования. Сущность командообразования в процессе управления людьми. Методы и технологии оценки командной работы на различных этапах реализации проекта. Конформизм и нонконформизм в работе управленца. Групповой и персональный коучинг. Технология поэтапной работы с командой. Феномены групповой работы. Социальная ингибиция и фасилитация. Техники фасилитации и инструменты работы с группой. Технологии мозгового штурма.

Тема 4. Динамика межличностных конфликтов

Психологический анализ конфликтов в организациях. Диагностика

стиля поведения лидера в конфликте. Стили управления и сценарии поведения в условиях конфликта интересов. Технологии управления собой и окружением в условиях возникновения конфликтных ситуациях. Принципы, условия и основные способы конструктивного разрешения конфликтов. Переговорный процесс как способ разрешения конфликтов. Особенности переговоров при конфликте.

Тема 5. Селф-менеджмент лидера

Инструменты селф-менеджмента. Я-концепция лидера и самооценка компетенций. Исследование базовых коммуникативных умений. Вербальные и невербальные стратегии влияния на команду. Когнитивные стили и их диагностика. Модели развития креативности. Технологии развития творческого потенциала лидера. Принципы коммуникативного тренинга. Основные техники активного слушания. Детерминанты мотивации и самомотивации в лидерстве. Технологии выявления лидерских задатков. Самоорганизация и самоконтроль. Технологии управления временем. Игровые методы развития лидерского потенциала. Коммуникативные роли. Стратегическое, оперативное и ситуационное маневрирование. Игровое маневрирование, давления, конформизма и нонконформизма. Групповой контроль и санкции.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Командная работа и лидерство» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, тренинги, ситуационные практики, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля,

на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. На лекционных занятиях студенты должны иметь доступ к учебному пособию или рекомендованному учебнику, которые содержат ключевые тезисы излагаемого материала, задания для самостоятельной работы и упражнения для отработки навыков.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся должен выступить с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников, задавать вопросы и вызывать слушателей на дискуссию.

При подведении итогов семинара преподавателю рекомендуется в краткой форме:

- дать оценку выступлениям каждого докладчика, указывая при этом сильные и слабые стороны выступлений;
- отметить роль отдельных обучающихся активно участвовавших в обсуждении;
- рекомендовать литературные/информационные источники для дополнительного углубленного изучения рассмотренных на

семинаре вопросов.

По итогам семинара преподаватель должен оформить оценку результатов работы обучаемых.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации с последующей дискуссией

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.
- *Структура выступления.*
- Вступление должно содержать:
- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия по дисциплине, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении кейса необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;
- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;
- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю

Методические указания для обучающихся по участию в проведении тренинга

Тренинг – это форма интерактивного практического занятия, цель которого – сформировать у студентов поведенческие паттерны (устойчивые модели поведения, которые человек предпочитает использовать при взаимодействии с другими людьми, доведенные до автоматизма) для дальнейшей успешной работы в профессиональной сфере. В приложении имеются варианты тренинговых сюжетов, которые преподаватель может использовать по своему усмотрению с учётом специфики направления, состава обучающихся и условий проведения занятия.

Прежде чем приступать к участию в тренинге, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о целях и задачах тренинга, о порядке проведения тренинга, критериях оценки

результатов тренинга;

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы;
- В ходе проведения тренинга обучающийся должен активно участвовать в работе группы на всех этапах тренинга.

По итогам проведения тренинга, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

В рамках освоения курса *«Командная работа и лидерство»* в соответствие с учебным планом предусмотрена самостоятельная работа студентов. Это обязательная необходимая составная часть освоения учебного материала, без которой невозможна полноценная подготовка к практической работе.

Основная часть самостоятельной работы – это проработка терминологии, технологии проведения тренинга или освоение упражнений, самостоятельная диагностика.

Самостоятельная работа с материалом учебной дисциплины предполагает минимальное участие преподавателя. Качество самостоятельной работы студента определяется его результатами, полученными на практических занятиях, и оценкой по результатам итоговых испытаний.

Среди письменных работ следует выделить тексты докладов-презентаций для участия в семинарах, отчеты по результатам проведённого ситуационного практикума и тренинга.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самост. работы**	**Учебно-методич. обеспечение**	**Форма контроля**
Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами	Задачи развития управленческих навыков. Современные социально-психологические техники воздействия в условиях управлении людьми. Основные виды коммуникативных	Работа в Электронной библиотеке , порталах сети Интернет Подготовка тезисов доклада и презентации	Занковский А.Н. Психология лидерства http://www.koob.ru/zankovsky/leadership_psy Купер С. Школа лидерства. Техники эффективного руководства http://www.koob.r	Доклад-презентация Дискуссия по прослушанному докладу

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методич. обеспечение	Форма контроля
	тренингов для развития управленческих навыков. Личность лидера и социальная среда. Имплементация лидерского потенциала управления командой.		u/cooper/leadership_school	
Тема 2. Личностная идентификация лидера	Личностные психотипы и прогноз успешности в переговорах. Мотивация и успех в командной работе. Диагностика мотивации избегания неудач и мотивации стремления к успеху. Технологии самомотивации. Харизма и власть лидера. Источники власти лидера. Манипулятивное воздействие в специфических условиях коммуникации. Личность манипулятора. Психологические аспекты принятия решений и их связь с личностью лидера.	Работа в Электронной библиотеке и на рекомендованных в Программе порталах сети Интернет. Подготовка доклада-презентации, подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму и тренингу	Камнева, Е.В. Тренинг командообразования и групповой работы: учебник для магистратуры: [16+] / Е.В. Камнева, Н.С. Пряжников, М.В. Полевая; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва: Прометей, 2019. – 219 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576048 Кови С. Лидерство, основанное на принципах / С. Кови; ред. Р. Пискотина; пер. П. Самсонов. – 7-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 301 с.: схем., табл., ил. –	Доклад-презентация Дискуссия по прослушанному докладу Отчет по ситуационному практикуму Отчет по результатам проведённого тренинга

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методич. обеспечение	Форма контроля
			Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru Яхонтова Е.С. Основы межличностного лидерства: учебное пособие / Е.С. Яхонтова. – Москва: Евразийский открытый институт, 2011. – 215 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru	
Тема 3 Формирование команды	Технология распределения групповых ролей с помощью психодиагностических методик. Мотивация и ценности участников команды. Методы и технологии оценки командной работы на различных этапах реализации проекта. Конформизм и нонконформизм в работе управленца. Групповой и персональный коучинг. Феномены групповой работы. Социальная ингибиция и фасилитация. Техники фасилитации и инструменты	Работа в Электронной библиотеке и на рекомендованных в Программе порталах сети Интернет, подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму, Подготовка тезисов доклада и презентации Подготовка отчета-рефлексии по проведённому ситуационному практикуму и анализ результатов тренинга	Камнева, Е.В. Тренинг командообразования и групповой работы: учебник для магистратуры: [16+] / Е.В. Камнева, Н.С. Пряжников, М.В. Полевая; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва: Прометей, 2019. – 219 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576048 Басманова Н.И. Тренинг командообразования: учебное	Доклад-презентация Дискуссия по прослушанному докладу Отчет по ситуационному практикуму Отчет по результатам проведённого тренинга

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методич. обеспечение	Форма контроля
	работы с группой. Разработка компетентностного профиля участников команды.		пособие. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 60 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572170	
Тема 4. Динамика межличностных конфликтов	Общие вопросы конфликтологии. Психологический анализ конфликтов в организациях. Положительные и отрицательные функции межличностных конфликтов. Принципы, условия и основные способы конструктивного разрешения конфликтов. Этапы ведения переговоров и способы подачи позиций. Личностный стиль ведения переговоров. Роль эмоционального интеллекта в разрешении конфликтов и эмоциональная компетентность руководителя. Поведенческие сценарии обострения и избегания конфликтов. Стили управления и сценарии поведения в условиях	Работа в Электронной библиотеке и на рекомендованных в Программе порталах сети Интернет. Подготовка к дискуссии, подготовка к практикуму, подготовка отчета-рефлексии по проведённому ситуационному практикуму	Конфликтология: учебник / под ред. В.П. Ратникова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити, 2015.	Доклад-презентация Дискуссия по прослушанному докладу Отчет по ситуационному практикуму Отчет по результатам проведённого тренинга

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методич. обеспечение	Форма контроля
	конфликта интересов			
Тема 5. Селф-менеджмент лидера	Инструменты селф-менеджмента. Технологии развития творческого потенциала лидера. Вербальные и невербальные стратегии влияния на команду. Когнитивные стили и их диагностика. Принципы коммуникативного тренинга. Технологии выявления лидерских задатков. Самоорганизация и самоконтроль. Технологии управления временем. Коммуникативные роли.	Работа в Электронной библиотеке и на рекомендованных в Программе порталах сети Интернет. Подготовка к докладу-презентации, написание тезисов к докладу Подготовка отчета-рефлексии по проведённому ситуационному практикуму	Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность. – М : Юнити, 2015. – 279 с. – URL: http://biblioclub.ru	Доклад-презентация Дискуссия по прослушанному докладу Отчет по ситуационному практикуму

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Камнева Е.В. Тренинг командообразования и групповой работы: учебник для магистратуры: [16+] / Е.В. Камнева, Н.С. Пряжников, М.В. Полевая; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва: Прометей, 2019. – 219 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru
2. Кови С. Лидерство, основанное на принципах / С. Кови; ред. Р. Пискотина; пер. П. Самсонов. – 7-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 301 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru
3. Яхонтова Е.С. Основы межличностного лидерства: учебное пособие / Е.С. Яхонтова. – Москва: Евразийский открытый институт, 2011. –

215 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru

Дополнительная литература:

1. Атватер И. Психология для жизни: упорядочение образа мыслей, развитие и поведение человека наших дней. – М.: Юнити, 2015. – 543 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114550
2. Басманова Н.И. Тренинг командообразования: учебное пособие. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 60 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572170
3. Белова Е.В. Методы НЛП и арт-терапии в работе психолога и менеджера. – Таганрог: Южный федеральный университет, 2017. – 99 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492976
4. Горчакова В.Г. Имидж. Искусство и реальность. – М. : Юнити, 2015. – 279 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115024
5. Ефимов А.Н. Менеджмент: практикум. – М.: Юнити, 2015. – 119 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115011
6. Козлова, А.М. Организационное поведение. Для руководителей. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 319 с. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=139768
7. Конфликтология: учебник / под ред. В.П. Ратникова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити, 2015. – 543 с.: табл., граф., ил., схемы. – (Золотой фонд российских учебников). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru
8. Максвелл Д. Прокачай свое лидерство / пер. с англ. Л.Г. Третьяк. - Минск: Попурри, 2016. - 192с. – режим доступа http://biblioclub.ru
9. Лалу Ф. Открывая организацию будущего. Иллюстрированное путешествие в мир организаций нового типа. - Манн, Иванов и Фербер, 2020 г. – 438 с.
10. Бакке Д. Человек решающий... Как построить организацию будущего, где решение принимает каждый. – М. 2017 г. - Литагент МИФ без БК. – 208 с.
11. Разугляев В. Бирюзовое управление на практике: опвт российских компаний. – М. 2020. – Изд. Альпина Паблишер. - с. 222.
12. Ленсиони П. 5 пороков команды. Изд.: Манн, Иванов и Фербер, М. 2021 г. – с. 256 .
13. Розенберг М. “Ненасильственное общение”. Изд: София, 2020 г. – с. 288
14. Стейнер М. Коучинг-лидерство. Говори меньше, спрашивай больше и измени навсегда свой лидерский стиль. Изд.: Бомбора, 2018 г. – с. 208.
15. Логан Д., Кинг Дж. и Фишер-Райт Х. Лидер и племя. Изд.: Манн, Иванов и Фербер, 2021 г. – с. 304.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Тематический портал – Психология и бизнес	http://www.psycho.ru
2.	Тематический портал – Кадровый консалтинг	http://www.nkvclub.ru
3.	Первая национальная академия профессионального коучинга	https://www.1napc.ru
4.	Образовательный портал, интеллектуальный клуб	https://4brain.ru
5.	«ОргРешение»: команда экспертов-практиков для развития команды, сотрудников и руководителей	https://www.orgreshenie.ru
6.	Образовательный портал «БизнесКласс»	https://business-class.pro

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;

- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/
- ***современные профессиональные баз данных:***
- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация по дисциплине *«Командная работа и лидерство»* проводится в форме зачета.

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Ситуационный практикум	10-9 – решение найдено, результаты аргументированные, логика решения четкая и ясная, решение самостоятельное, студент опирается на соответствующую теоретическую базу; 8-6 – решение найдено, но аргументация не четкая ход принятия решений недостаточно логичный, решение самостоятельное, студент опирается на соответствующую теоретическую базу; 5-4 – решение является не полным, аргументация нечеткая, ход принятия решений недостаточно логичный, решение самостоятельное, студент частично владеет необходимой теоретической базой; 3-2 – решение является частичным, аргументация неубедительная, рассуждение и изложение результата нелогичны, самостоятельность работы низкая, студент опирается на несоответствующей проблеме теоретические знания. 1 – решение является частичным, аргументация отсутствует, логику

		рассуждений студент представить не может, самостоятельность работы низкая, студент не владеет теоретической базой, необходимой для решения задачи; 0 – задача не решена.
2.	Доклад-презентация с последующей дискуссией	Оценки доклада: «9-8» – доклад выполнен в соответствии с требованиями:10 правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся; доклад вызвал много вопросов, аудитория вступила в дискуссию; докладчик умело отвечал на вопросы и координировал участников дискуссии. «7-4» – доклад выполнен в соответствии с требованиями, но с плохой презентацией, грамотное использование профессиональной терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на большинство вопросов преподавателя и обучающихся; доклад вызвал интерес, аудитория вступила в дискуссию; докладчик отвечал на вопросы и координировал участников дискуссии. «3-1» – доклад выполнен с нарушением базовых требований, без презентации, докладчик был «привязан» к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся; аудитория не вступила в дискуссию; «0» – доклад не сделан вообще или сделан не по существу вопроса, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся.
4.	Тренинг	5 баллов – участник тренинга, ориентируясь на свою роль, правильно и аргументировано изложил позицию соответствующего должностного лица по обсуждаемому вопросу, принял активное участие в последующей дискуссии; 4 балла – участник тренинга, ориентируясь на свою роль, в целом правильно, но недостаточно аргументированно изложил позицию соответствующего должностного лица по обсуждаемому вопросу, в последующей дискуссии принимал активное участие; 3 балла – участник тренинга, ориентируясь на свою роль, в целом правильно, но недостаточно аргументированно изложил позицию соответствующего должностного лица по обсуждаемому вопросу, в последующей дискуссии принимал не слишком активное участие; 1-2 балла – в тренинге конкретную роль не исполнял, но активно участвовал в дискуссии; 0 баллов – в тренинге практически не участвовал или занимал пассивную позицию.

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

Семинар проводится по наиболее сложным и важным разделам учебной программы дисциплины с целью:

- углубленного изучения темы учебной дисциплины;
- проверки результативности самостоятельной работы обучаемых;
- организации коммуникации между обучаемыми и преподавателем.

Семинарское занятие используется для формирования навыков публичного обсуждения профессиональных вопросов. Подготовка доклада осуществляется в режиме самостоятельной (внеаудиторной) работы. Представляется на семинаре с обязательной презентацией. Продолжительность доклада 10-12 мин., после чего следует его обсуждение.

Примерные темы докладов-презентаций

Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами

1. В чем отличие командного типа управления от традиционного менеджмента?
2. В чем заключаются преимущества и недостатки командного типа управления?
3. Когда команда не нужна?
4. Какие принципы необходимо учитывать для построения командного взаимодействия?
5. Какие трудности развития команды могут возникнуть на каждом этапе командообразования?

Тема 2 Личностная идентификация лидера

1. Истоки и классические исследования лидерства.
2. Теория личностных черт лидера.
3. Поведенческий подход: критерии эффективность лидерства.
4. Делегирование полномочий и ответственности.
5. Ситуационного подхода к изучению лидерства в организации.
6. Организационное лидерство или лидер организации.
7. Властный аспект организационного лидерства.
8. Управленческий аспект лидерства.
9. Делегирование полномочий и ответственности.
10. Современные оценки феномена лидерства.
11. Каковы истоки и классические исследования лидерства?
12. Что значит быть лидером организации?
13. Почему только совмещение компетенции лидера и менеджера может служить залогом успешной деятельности организации?
14. Раскройте феномен власти через различные процессы и явления, происходящие в организации.
15. В чем заключается управленческий аспект лидерства?
16. Раскройте смысл понятия и идентификации.
17. Какие возможны варианты идентификации лидера организации?
18. Какую роль играет делегирование полномочий и ответственности в деятельности лидера организации?
19. Какая современная теория связывает лидерство с процессом

принятия решений в верхнем звене структуры власти?
20. Какие теории связи стратегии и лидерства являются современными аспектами рассмотрения феномена лидерства?
21. Какой возможен способ снижения чрезмерной хаотичности в области теорий лидерства?

Тема 3. Формирование команды

1. Ролевое распределение в команде: подбираем людей.
2. Эффективность групповой деятельности.
3. Личностные качества, способствующие эффективной работе в группе.
4. Лидер в интернет-бизнесе.
5. Технология создания команды.
6. Феномены групповой работы**:** групповое давление, конформизм и нонконформизм.
7. Внешние и внутренние бизнес-процессы в фирме с учетом жизненного цикла организации.
8. Способность предвидеть и опередить: проактивное лидерство.
9. Управление организационными изменениями.

Тема 4. Динамика межличностных конфликтов

1. Межличностный конфликт. Общая характеристика.
2. Конструктивные функциям межличностного конфликта.
3. Деструктивные функции межличностного конфликта.
4. Структура и элементы межличностного конфликта.
5. Стили поведения в межличностном конфликте.
6. Подходы к анализу межличностных конфликтов
7. Конфликты в организациях.
8. Сферы деятельности, в которых могут происходить трудовые конфликты.
9. Положительные последствия конфликтов в организациях.
10. Динамика межличностных конфликтов.
11. Способы разрешения конфликта.
12. Управление конфликтом.
13. Что понимается под межличностным конфликтом?
14. В каких формах может проявляться межличностный конфликт?
15. Как на практике могут осуществляться конструктивные функции межличностного конфликта?
16. Как могут осуществляться деструктивные функции межличностног конфликта?
17. Каковы основные периоды межличностного конфликта?
18. Что выступает объектом и предметом межличностного конфликта?

Тема 5. Селф-менеджмент лидера

1. Саморегуляция как власть над собой
2. Эмоции и управление ими
3. Воля и самостоятельность
4. Нравственная саморегуляция
5. Прогноз построения карьеры в организации различных личностных типов за счет своих достоинств и недостатков
6. Эмоциональный интеллект и эмоциональная компетентность.
7. Способы отреагирования собственной эмоции
8. Алгоритм управления эмоциями

Вопросы для обсуждения после докладов-презентаций

Тема 1. Современные индивидуальные и групповые методы управления группами и командами

1. Каким образом стратегии влияния связаны с источниками власти лидера?
2. Как и какие невербальные способы воздействия лидер может использовать для оказания влияния на окружающих людей?
3. В чем заключается сила харизмы?
4. Как связаны: харизма и власть, харизма и мотивация, харизма и успех? Эксплуатация архетипических образов для оказания влияния.
5. В чем заключаются особенности субъективной реальности?
6. О чем идет речь, когда говорят о фокусах языка?

Тема 2. Личностная идентификация лидера

1. Как вы думаете, в чем причина популярности лидерства как феномена социальной действительности?
2. Охарактеризуйте существующие подходы к изучению лидерства.
3. Кто может стать лидером с точки зрения различных теоретических подходов.
4. Каким из перечисленных принципов лидерского поведения Вы уже следуете? Что необходимо сделать, чтобы остальные принципы стали руководством к вашему поведению?
5. Чем отличается «инновационное» и «трансформационное» лидерство?
6. В чем заключается осознанность выбора между ролью лидера и руководителя для менеджера организации?

Тема 3. Формирование команды

1. Как образуется «ближний круг»? Как собрать команду?
2. Как отобрать людей правильно? Как выбрать правильных людей?
3. От чего зависит эффективность групповой деятельности?
4. Каковы личностные качества, способствующие эффективной работе в группе?

5. В чем отличия лидера в интернет-бизнесе?
6. Какие феномены групповой работы важно учитывать при организации командной деятельности?

Тема 5. Селф-менеджмент лидера

1. Чем отличаются самоуправление и саморегуляция личности?
2. Почему саморегуляция рассматривается как власть над собой? Как это проявляется?
3. Зачем самообладание в бизнесе? Как управлять эмоциями?
4. Как развить ключевые компетенции лидера?
5. На какие признаки участников бизнес-коммуникации необходимо ориентироваться для повышения эффективности стиля лидерства?
6. Как соотносятся эмоциональный интеллект и эмоциональная компетентность?

Типовые задания к ситуационным практикумам (кейс-стади)

Ситуационный практикум предназначен для формирования у учащихся навыков решения проблем в профессиональной области, в ходе анализа и решения обучаемыми заданий, сформированными на основе практических ситуаций.

Ситуационный практикум 1

Задание 1. При просмотре видеоотрывка (видео-кейса) определить, кто из героев являлся лидером. Обосновать свое решение. Представители, какого теоретического подхода данное поведение признают (считают) лидерским?

Задание 2. Программа саморазвития лидера. Заполнить таблицу и прокомментировать каждый из пунктов

Название		**Способ развития**	**Источник информации**	**Ваш ресурс**	**Временной интервал**	**Критерии оценки**
Знания						
Навыки						
Способности						

Задание 3. Проведите диагностику лидерского потенциала, исходя из знания различных психологических типологий.

Задание 4. При просмотре видео-кейса дайте определение происходящему с точки зрения психологии управления.

Ситуационный практикум 2

Задание 1. **Упражнение «Самовнушение».** Внушите себе (усиленно представляйте), что у Вас во рту халва или любое другое кушание. Если у вас «потекут слюнки», значит Вы – внушаемый человек.

Комментарий

Мои чувства:

Мои мысли:

Задание 2. **Упражнение «Самоубеждение».** Приведите аргументы для убеждения себя, в том, что необходимо хорошо учиться:

Комментарий

Мои чувства:

Мои мысли:

Задание 3. **Упражнение «Самоирония».** Составьте на себя дружескую эпиграмму. Определение и подсказки по написанию найдете в словаре.

Помните, что самоирония, позволяет посмотреть на себя со стороны глазами простака, восхищающегося в себе тем, что на самом деле вызывает его сомнение.

Задание 4. **Упражнение «Самоподкрепление».** Составьте список мысленных и физических действий, помогающих вам в ситуации крайней усталости или напряженности расслабиться и вернуть себе самоконтроль над чувствами, мыслями и поведением.

Поставьте рядом с каждым знак «+» или «–», в зависимости от того, является ли данный способ самоподкрепления здоровым (социально одобряемым), позволяющим достичь поставленной цели.

Задание 5. **Упражнение «Самообладание».** Вы пришли на работу (учебу) не выспавшимся. И день сразу не задался. Вы часто ошибаетесь и получаете замечания от руководителя, все валится из рук, да еще и Гости придирчивые попались… Вы злитесь, уходя хлопаете дверью, но это только ухудшает рабочую атмосферу.

Продемонстрируйте, как применяются известные вам способы саморегуляции в данной ситуации.

Задание 6. При просмотре видеоотрывка (видео кейса) определить, какие методы управления собой использовались персонажем. Обосновать (аргументировать) свое решение.

Ситуационный практикум 3

Задание 1. При просмотре видео-кейса определите тип пристройки. Невербальные способы оказания влияния на окружающих людей.

Задание 2. Составьте метапрограммный профиль своего партнера, на основе анализа его сочинения.

Задание 3. Используя темы, подберите к каждому

архетипическому образу лидера по 2-3 примера, из истории, литературы, кино. Ответы запишите и будьте готовы защитить свою позицию.

№	Архетип лидера	Примеры лидеров, эксплуатирующих данный образ
1	Герой	
2	Отец	
3	Спаситель	
4	Царь	

Ситуационный практикум 4

Задание 1. Проанализируйте распределение ролей в команде среди героев фильма/мультфильма, просмотренного на занятии. Ответы занесите в таблицу. При обсуждении результатов, будьте готовы аргументировать вашу точку зрения.

№	Командные роли	Персонажи …
1.	Генератор идей	
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.		

Задание 2. При просмотре видео-кейса определите управленческие воздействия.

Ситуационный практикум 5

Задание 1. Напишите историю своего успеха, отвечая на рекомендованные вопросы.

- Кто вы сейчас?
- Каковы базовые ценности, на которых основываются ваши повседневные решения?
- Кем вы были пять лет назад?
- Кем вы хотите стать через пять лет?
- Кто ваша главная (целевая) аудитория, на кого Вы собираетесь оказать влияние при помощи своей истории (коллеги, клиенты, руководители и т.д.)?
- Что ваша целевая аудитория хочет и должна знать о Вас?
- Как они хотят общаться с Вами?

Задание 2. Ниже приведены символические определения 10 неэффективных команд. Ваша задача заполнить таблицу и выявить:

- суть проблемы неэффективности команды
- стиль управления
- предложить рекомендации для выхода из создавшейся ситуации.

Символические определения не эффективных команд:

1. *«Пассажиры автобуса»*: каждому важно доехать только до своей остановки и никого не волнуют проблемы водителя.
2. *«Мы и Он»*: подчиненные осознают глубокие различия собственных

интересов и интересов руководителя.

3. *«Один на поле, остальные на трибунах»*: руководитель работает за всех, подчиненные наблюдают, изредка хлопают и комментируют.
4. *«Каждый несет свой чемодан без ручки»*: большая нагрузка на всех, без прав и ресурсов.
5. *«Хор солистов»*: сильные профессионалы, но не «спевшиеся» между собой, не склонные к совместной работе.
6. *«Серпентарий единомышленников»*: люди работают вместе, при этом находясь в остром конфликте между собой.
7. *«Уважайте меня, бездельники, полюбите меня, тупицы»*: руководитель унижает своих подчиненных, но и требует высокой лояльности к себе, личной преданности.
8. *«Грозный отец и напуганные дети»*: руководитель настойчиво подключает подчиненных к общефирменным решениям, расправляясь с каждым за ошибки, неудачи, оплошности.
9. *«Много умных, мало взрослых»*: либо специалисты избегают принятия на себя ответственности, уклоняются от принятия решений общефирменного уровня, во всем полагаясь на лидера; либо он сам считает: «Они молодцы, но мне виднее».
10. *«Негативная селекция»*: руководитель намеренно подбирает подчиненных, чей уровень интеллекта и профессионализма заведомо ниже его уровня.

№	Суть проблемы неэффективности	Стиль управления	Мои рекомендации для команды
1.			
2.			
3.			
….			
10			

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: 1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40

	«Зачтено» **– 90-100 баллов** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задачи решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 -89 баллов** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения задач правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **– 50 - 69 баллов** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задача решена частично. **«Не зачтено»** **– менее 50 баллов** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задачи не решены.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Ситуационная теория лидерства.
2. Системная теория лидерства.
3. Новые теории лидерства.
4. Диагностика лидерского потенциала.
5. Две реальности мира. Субъективная реальность и ее особенности.
6. Общая характеристика методов социально-психологического воздействия.
7. Личностные качества, способствующие эффективной работе в группе.
8. Команда как вид малой группы и ее структура.
9. Особенности командообразования.
10. Охарактеризуйте преимущества и ограничения командных форм управления.
11. Причины перехода к командному типу управления.
12. Этапы становления эффективной команды.
13. Отличия понятий «группа» и «команда».
14. Принципы формирования эффективной команды.
15. Сотрудничество и кооперация в команде.
16. Особенности принятия групповых решений.
17. Управленческие команды лидеров.
18. Особенности работы с командой на этапе изменений.
19. Методы повышения эффективности командной работы.
20. Конфликты в команде. Пути урегулирования.
21. Отечественный и зарубежный опыт практической деятельности команд в бизнесе.

22. Отличительные особенности команды, работающей над инновационным проектом.
23. Потенциальные возможности командного развития.
24. Инструментарий модератора, фасилитатора, медиатора.
25. Современные методы и модели командообразования.

Задания 2 типа

1. В чем проявляется психологические условия сплочения команды?
2. Негативную или позитивную роль играют групповой контроль и санкции?
3. В чем заключаются трудности делегирования полномочий?
4. По каким критериям производится оценка владения сотрудником необходимыми навыками?
5. Какие личностные качества способствуют эффективной работе в группе?
6. В чем проявляется феномен группового давления? Приведите примеры.
7. Какие проблемы этического характера возникают в процессе командообразования?
8. Охарактеризуйте командообразование как целенаправленную деятельность и дайте обоснование ключевым концепциям построения команды.
9. Конкретизируйте цели и задачи процесса командообразования. Дайте характеристику основным формам командообразования.
10. Охарактеризуйте основные направления в командообразовании и дайте рекомендацию, какая из них наиболее эффективна в работе.
11. Охарактеризуйте командообразование как метод развития организации.
12. Назовите качества эффективной команды. Какое из качеств является наиболее важным в команде, а какие второстепенные? Обоснуйте свой ответ примерами.
13. Происходят ли в процессе совместной работы конфликты в команде? Каким образом они разрешаются?
14. Насколько быстро участники команды понимают, что для эффективного взаимодействия необходимо понять цели каждого?
15. Как в реальной деятельности команды возможно интегрировать интересы каждого?
16. Кто занимает наиболее активную позицию при поиске решения в команде?
17. Кто обычно координирует деятельность группы, а кто вносит беспорядок?
18. Как наш взгляд соотнесены понятия лидерства и инициативы? Чего всегда много или слишком мало?
19. Какие нормы взаимодействия в команде можно ввести для того, чтобы в будущем действовать более эффективно?

20. Как часто наблюдается в команде недостаток или переизбыток лидерства? Обоснуйте свой ответ.
21. Что необходимо для эффективного общения в группе и для чего необходимо уметь передавать инициативу и давать каждому высказаться?
22. Каковы преимущества и недостатки команды с точки зрения сотрудников организации и управляющих работников?
23. Выделите и прокомментируйте потенциальные недостатки работы в группах.
24. На основе собственного опыта расскажите о значении достижения группой единого мнения по какому-либо вопросу.
25. Каким образом можно повысить навыки сотрудников в команде?

Задания 3 типа

Типовое задание 1

Переведите предложенные определения неэффективных команд с символического языка на профессиональный.

Заполните таблицу, выявив: суть проблемы не эффективности команды, стиль управления и предложив рекомендации для выхода из создавшейся ситуации. Рекомендации должны исходить от вас как от лидера / руководителя данной команды.

Символические определения не эффективных команд:

1. *«Пассажиры автобуса»*: каждому важно доехать только до своей остановки и никого не волнуют проблемы водителя.
2. *«Много умных, мало взрослых»*: либо специалисты избегают принятия на себя ответственности, уклоняются от принятия решений общефирменного уровня, во всем полагаясь на лидера; либо он сам считает: «Они молодцы, но мне виднее».

«№	**Суть проблемы неэффективности**	**Мои рекомендации для команды**
1.		
2.		

Типовое задание 2. Руководитель, желающий стать лидером коллектива, обратился к психологу с просьбой выявить его слабые и сильные стороны для своего развития. Какие методики помогут сделать это и почему именно они?

Типовое задание 3. Сравните стили лидерства, заполнив для этого соответствующие графы таблицы:

Параметр сравнения	**Авторитарный стиль**	**Либеральный стиль**

Типовое задание 4. Какие способности и навыки личности соответствуют используемым источникам власти. Продолжите заполнение таблицы.

Источник власти	Инструменты	Знание, способности, навыки личности

Типовое задание 5. Сравните стили лидерства, заполнив для этого соответствующие графы таблицы:

Параметр сравнения	Демократический стиль	Либеральный стиль

Типовое задание 6. Сравните стили лидерства, заполнив для этого соответствующие графы таблицы:

Параметр сравнения	Авторитарный стиль	Демократический стиль

Типовое задание 7. Предложите распределение ролей в команде Винни-Пуха для каждого типа ситуации функционирования. Занесите результаты в таблицу.

Тип ситуации	Вини-Пух	Пятачок	Сова	Ослик Иа-Иа
I				
II				
III				

Типовое задание 8. Перечислите признаки (минимум 5) эффективного лидерства. Приведите примеры для аргументации выделенных критериев. Как можно использовать данную информацию в практике управленческой деятельности.

Типовое задание 9. Прочитайте содержание кейса, представленного отрывком из художественного произведения. Ответьте на вопросы приведенные после него.

«- Хорошо здесь у вас! - проговорил массивный мужчина, в котором, на взгляд мисс Гориндж, было что-то бычье. - Тепло, красиво. - Он кивнул на камин:

- Уют прежних дней!

Мисс Гориндж улыбнулась, польщенная.

- Да, действительно. Мы гордимся тем, что нашим гостям у нас уютно. Она повернулась к помощнице:

- Справишься, Элис? Вот журнал. Скоро приедет леди Джослин. Как только она увидит свой номер, то немедленно захочет его сменить, но ты ей объясни, что отель переполнен. Во всяком случае, предложи ей номер триста сорок на третьем этаже. Это не слишком приятная комната, и, я думаю, увидев ее, леди Джослин удовлетворится той, какую мы ей выделили.

- Да, мисс Гориндж. Я все поняла, мисс Гориндж.

- И напомни, кстати, полковнику Мортимеру, что его полевой бинокль здесь. Он оставил его у меня сегодня утром. Проследи, чтобы полковник не ушел без бинокля.

- Хорошо, мисс Гориндж.

Покончив с текущими делами, мисс Гориндж вышла из-за стойки и направилась к двери красного дерева, на которой не было никакой надписи...»

Вопросы:

1. О чем говориться в кейсе?
2. Как мы можем определить, кто из участников описанной ситуации является лидером?
3. Какую роль берет на себя главная героиня?
4. Оцените качество оставленных инструкций.

Типовое задание 10. Какими могут быть возможные причины и потенциальные риски каждой из ловушек делегирования. Заполните таблицу:

Вид ловушки	Возможные причины	Потенциальные риски
Обратное делегирование		
Переделегирование		
Самоделегирование		

Типовое задание 11. Напишите историю своего успеха, отвечая на рекомендованные вопросы.

- Кто вы сейчас?
- Каковы базовые ценности, на которых основываются ваши повседневные решения?
- Кем вы были пять лет назад?
- Кем вы хотите стать через пять лет?
- Кто ваша главная (целевая) аудитория, на кого Вы собираетесь оказать влияние при помощи своей истории (сотрудники, клиенты, руководители и т. д.)?
- Что ваша целевая аудитория хотят и должны знать о Вас?
- Как они хотят общаться с Вами?

Приложение

ТРЕНИНГИ ДЛЯ ВЕДУЩИХ (на выбор преподавателя)

Часть 1. ТРЕНИНГИ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ КАЧЕСТВ И УМЕНИЙ УЧАСТНИКОВ

«ВОЗДУШНЫЙ ШАР» (Из книги Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Тренинг дает возможность участникам продемонстрировать следующие умения и навыки:

- активное слушание,
- индивидуальное решения актуальных задач,
- участие в дискуссии,
- выработка группового решения актуальной задачи,
- анализ своего поведения в предлагаемых обстоятельствах.

Инструкция

Ведущий: Прошу всех сесть в большой круг и внимательно выслушать информацию.

Представьте себе, что вы экипаж научной экспедиции, которая возвращается на воздушном шаре после выполнения научных изысканий. Вы осуществляли аэрофотосъемку необитаемых островов. Вся работа выполнена успешно. Вы уже готовитесь к встрече с родными и близкими, летите над океаном и до земли 500 – 550 км. Произошло непредвиденное – в оболочке воздушного шара по неизвестным причинам образовалось отверстие, через которое выходит газ, заполнявший оболочку. Шар начинает стремительно снижаться. Выброшены за борт все мешки с балластом (песком), которые были припасены на этот случай в гондоле воздушного шара. На некоторое время падение замедлилось, но не прекратилось.

Вот перечень предметов и вещей, которые остались в корзине шара:

№	Наименование	Кол-во
1	Канат	50 м
2	Аптечка с медикаментами	5 кг
3	Компас гидравлический	6 кг
4	Консервы мясные и рыбные	20 кг
5	Секстант для определения местонахождения по звездам	5 кг
6	Винтовка с оптическим прицелом и запасом патронов	25 кг
7	Конфеты разные	20 кг
8	Спальные мешки (по одному на каждого члена экипажа)	
9	Ракетница с комплектом сигнальных ракет	8 кг
10	Палатка 10-местная	20 кг
11	Баллон с кислородом	50 кг
12	Комплект географических карт	25 кг
13	Канистра с питьевой водой	20 л
14	Транзисторный радиоприемник	3 кг
15	Лодка резиновая надувная	25 кг

Через 5 минут шар стал падать с прежней, очень большой скоростью. Весь экипаж собрался в центре корзины для того, чтобы обсудить создавшееся положение. Нужно принимать решение, что и в какой последовательности выбрасывать за борт.

Ваша задача – решить вопрос о том, что и в какой последовательности следует выбросить.

Но сначала примите это решение самостоятельно. Для этого нужно взять лист бумаги, переписать список предметов и вещей, а затем с правой стороны рядом с каждым наименованием поставить порядковый номер, соответствующий значимости предмета, рассудив примерно так:

«На первое место я поставлю комплект карт, поскольку он совсем не нужен, на второе – баллон с кислородом, на третье – конфеты и т.д.».

При определении значимости предметов и вещей, т.е. очередности, с какой вы будете от них избавляться, нужно иметь в виду, что выбрасывается все, а не часть, т.е. все конфеты, а не половина.

Когда вы примите индивидуальное решение, нужно собраться в центр (в круг) и приступить к выработке группового решения, руководствуясь следующими правилами:

1) высказать свое мнение может любой член экипажа;
2) количество высказываний одного человека не ограничивается;
3) решение принимается, когда за него проголосуют все члены экипажа без исключения;
4) если хотя бы один возражает против принятия данного решения, оно не принимается, и группа должна искать иной выход;
5) решения должны быть приняты в отношении всего перечня предметов и вещей.

Время, которое есть в распоряжении экипажа, неизвестно. Сколько еще будет продолжаться падение? Во многом это зависит от того, как быстро вы будете принимать решения.

Если экипаж единогласно проголосует за то, чтобы выкинуть какой-то предмет, он считается выброшенным, и это может замедлить падение шара.

Я желаю вам успешной работы. Главное – остаться в живых. Если не сможете договориться, вы разобьетесь. Помните об этом!

Рекомендации ведущему. Следует очень подробно объяснить участникам все правила и описать ситуацию, в которой оказался экипаж. При этом можно проявить собственную фантазию, исходя из особенностей состава группы. Нужно ответить на все вопросы, но не подсказывать выход из создавшегося положения. Его должны найти сами учащиеся. Во время работы ведущий не вмешивается в процесс обсуждения и не отвечает на вопросы участников, а только следит за выполнением правил, особенно за голосованием.

Время на игру: 20 – 25 минут. Но можно и увеличить время, если группа очень вяло включается в обсуждение, особенно на начальном этапе. Можно сократить время до 17 – 18 минут, если она сразу очень активно включилась в работу. Если группа сумела принять все 15 решений при 100 %-ном голосовании, надо поздравить участников и попросить их подумать над причинами успешного выхода из столь критической ситуации.

Если они не смогли принять за отведенное время все 15 решений, то ведущий объявляет, что экипаж разбился, и просит подумать над причинами, которые привели к этой катастрофе. Анализ результатов и хода игры можно провести сразу после ее окончания, можно и на следующем занятии, дав возможность более глубоко разобраться в причинах удачи или неудачи, проанализировать ошибки и попытаться прийти к общему мнению.

«АКУЛЫ» (Из книги Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Материалы: два листа бумаги.

Инструкция. Участники делятся на две команды. Всем предлагается

вообразить себя в ситуации, когда корабль, на котором они плыли, потерпел крушение, и все находятся в открытом океане. Но в океане есть один островок, на котором можно спастись от акул (Каждая команда имеет свой «островок» – лист бумаги, на котором в начале игры могут поместиться все участники команды).

Капитан (ведущий), увидев "акулу", должен крикнуть «Акула!». Задача участников – быстро попасть на свой островок.

После этого игра продолжается – люди покидают остров до следующей опасности. В это время ведущий уменьшает лист бумаги наполовину.

По второй команде "Акула!" задача игроков быстро попасть на остров и при этом «сохранить» наибольшее количество людей. Тот, кто не смог оказаться на «острове», выходит из игры. Игра продолжается: «остров» покидается до следующей команды.

В это время лист бумаги уменьшается еще наполовину. По команде «Акула!»" задача игроков остается той же.

По окончании игры результаты сравниваются: в какой команде осталось больше участников и почему.

«АБОРИГЕНЫ И ИНОПЛАНЕТЯНЕ» (Из книги Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Инструкция. Группа делится пополам. Первая подгруппа выходит за двери, вторая рассаживается на стульях полукругом. Это аборигены. Вышедшие за двери, – инопланетяне, которым надо вступить в контакт с аборигенами и узнать как можно больше об их планете. Аборигены плохо знают язык и могут отвечать только односложно. Инопланетяне строят свои вопросы так, чтобы получить как можно больше информации об особенностях общения аборигенов.

Вариант 1. Инструкция для аборигенов: «Когда инопланетяне выйдут за дверь: «Кивок головой, обозначает «нет». Слово «нет» обозначает «да». Слова «да» в речи – «нет». Если в вопросе содержится слово «любовь», «любить», то аборигены выбрасывают вперед руку, показывая «класс».

Инструкция для инопланетян: распределите роли в команде, критерий распределения выберете самостоятельно. Продумайте тактику общения с аборигенами.

Входят инопланетяне, садятся напротив. Время на вопросы-ответы 10 – минут. Когда время истекло, инопланетяне рассказывают, о чем они узнали от аборигенов и об особенностях их общения.

По окончании игры сесть в общий круг через одного и отрефлексировать.

Вариант 2. Инструкция для аборигенов: распределите роли в команде, придумайте «свой» язык (главную тему, образ или др.).

Инструкция для инопланетян: распределите роли в команде, критерий распределения выберете самостоятельно. Продумайте тактику общения с аборигенами. Цель инопланетян: забрать с собой 3 предмета аборигенов для изучения в лаборатории.

Входят инопланетяне, садятся напротив. Время на вопросы-ответы 15 – минут. Когда время истекло, инопланетяне рассказывают, о чем они узнали от аборигенов и об особенностях их общения.

ДЕЛОВАЯ ИГРА «ПОТЕРПЕВШИЕ КОРАБЛЕКРУШЕНИЕ» (Из книги Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Цель деловой игры: изучить процесс выработки и принятия группового решения в ходе общения и групповой дискуссии.

Задача: освоение и осмысление инструментальных задач, связанных с

построением реальной деятельности, достижением конкретной цели, структурированием системы деловых отношений с другими людьми.

Данная игра позволяет

- развивать навыки целеполагания и планирования деятельности;
- развивать внутреннюю гибкость в разработке и изменении плана действий;
- развивать навыки саморегуляции в процессе достижения целей;
- развивать социальную и личностную критичность, умение соотносить свою деятельность с деятельностью других людей.

Время проведения: около 1 часа.

Цель: «Потерпевшие кораблекрушение»: изучить процесс выработки и принятия группового решения в ходе общения и групповой дискуссии.

Проведение игры

1-й этап.

Ознакомление всех участников с условиями игры:

Ведущий даёт участникам следующую инструкцию: «Представьте, вы дрейфуете на яхте в южной части Тихого океана. В результате пожара большая часть яхты и её груза уничтожена. Яхта медленно тонет. Ваше местонахождение неясно из-за поломки основных навигационных приборов, но примерно вы находитесь на расстоянии тысячи километров от ближайшей земли».

Ниже дан список из 15 предметов, которые остались целыми и неповреждёнными в результате пожара. В дополнение к этим предметам вы располагаете прочным надувным плотом с вёслами, достаточно большим, чтобы выдержать вас, экипаж и все перечисленные ниже предметы. Имущество оставшихся в живых людей составляют несколько коробков спичек и 5 однодолларовых банкнот.

Список предметов:

- Сектант.
- Зеркало для бритья.
- Канистра с 25 литрами воды.
- Противомоскитная сетка.
- Одна коробка с армейским рационом.
- Карты Тихого океана.
- Надувная плавательная подушка.
- Канистра с 10 литрами нефтегазовой смеси.
- Маленький транзисторный радиоприёмник.
- Репеллент, отпугивающий акул.
- Два квадратных метра непрозрачной плёнки.
- Один литр рома крепостью 80%.
- 450 метров нейлонового каната.
- Две коробки шоколада.
- Рыболовная снасть.

2-й этап.

Попросите каждого из участников самостоятельно проранжировать указанные в приложении предметы с точки зрения их важности для выживания (поставьте цифру 1 у самого важного для вас предмета, цифру 2 – у второго по значению и т. д., цифра 15 будет соответствовать самому менее полезному предмету).

На этом этапе деловой игры дискуссии между участниками запрещены. Отметьте среднее индивидуальное время выполнения задания.

3-й этап.

Разбейте группу на подгруппы примерно по 6 человек. Одного участника из каждой подгруппы попросите быть экспертом.

Предложите каждой подгруппе составить общее для группы ранжирование

предметов по степени их важности (так как они это делали по отдельности).

На этом этапе допускаются дискуссии по поводу выработки решения.

Отметьте среднее время выполнения задания для каждой подгруппы.

4-й этап.

В каждой подгруппе выбирается лидер, который будет отстаивать мнение группы. Выбирается эксперт для группы лидеров. Лидеры от подгрупп приглашаются в центр круга и ранжируют предметы по степени важности. Лидеры обсуждают свои решения. Подсказок от остальных игроков быть не должно.

5-й этап.

Оцените результаты дискуссии в каждой подгруппе. Для этого:

А). Выслушайте мнение экспертов о ходе дискуссии и о том, как принималось групповое решение, первоначальные версии, использование веских доводов, аргументов и др. Насколько активно и убедительно лидеры защищали и отстаивали интересы своей подгруппы.

Б). Зачитайте «правильный» список ответов, предложенный экспертами ЮНЕСКО:

Согласно мнению экспертов, основными вещами, необходимыми человеку, потерпевшему кораблекрушение в океане, являются предметы, служащие для привлечения внимания, и предметы, помогающие выжить до прибытия спасателей. Навигационные средства имеют сравнительно небольшое значение: если даже маленький спасательный плот и в состоянии достичь земли, невозможно на нём запасти достаточное количество воды и пищи для жизни в течение этого периода.

Следовательно, самым важным для вас являются зеркало для бритья и канистра нефтегазовой смеси. Эти предметы могут быть использованы для сигнализации воздушным и морским спасателям.

Вторыми по значению являются такие вещи, как канистра с водой и коробка с армейским рационом.

Информация, которая даётся ниже, очевидно, не перечисляет все возможные способы применения данного предмета, а скорее указывает, какое значение имеет данный предмет для выживания.

- Зеркало для бритья. Важно для сигнализации воздушным и морским спасателям.
- Канистра с нефтегазовой смесью. Важна для сигнализации. Может быть зажжена банкнотом и спичкой и будет плыть по воде, привлекая внимание.
- Канистра с водой. Необходима для утоления жажды.
- Коробка с армейским рационом. Обеспечивает основную пищу.
- Непрозрачная плёнка. Используется для сбора дождевой воды и для защиты от непогоды.
- Коробка шоколада. Резервный запас пищи.
- Рыболовная снасть. Оценивается ниже, чем шоколад, потому что в данной ситуации «синица» в руках лучше «журавля» в небе. Нет уверенности, что вы поймаете рыбу.
- Нейлоновый канат. Можно использовать для связывания снаряжений, чтобы оно не упало за борт.
- Плавательная подушка. Спасательное средство на случай, если кто-то упадёт за борт.
- Репеллент, отпугивающий акул. Назначение очевидно.
- Ром, крепостью 80%. Содержит 80% алкоголя – достаточно для использования в качестве антисептика, в других случаях имеет малую ценность, поскольку употребление может вызвать обезвоживание.
- Радиоприёмник. Имеет незначительную ценность, так как нет передатчика.
- Карты Тихого океана. Бесполезны без дополнительных навигационных приборов. Для вас важнее знать, не где находитесь вы, а где находятся спасатели.

- Противомоскитная сетка. В Тихом океане нет москитов.
- Сектант. Без таблиц и хронометра относительно бесполезен.

Основная причина более высокой оценки сигнальных средств по сравнению с предметами поддержания жизни (пищей и водой) заключается в том, что без средств сигнализации почти нет шансов быть обнаруженными и спасёнными. К тому же в большинстве случаев спасатели приходят в первые 36 часов, а человек может прожить этот период без пищи и воды.

Предложите сравнить «правильный» ответ, собственный результат и результат группы: для каждого предмета списка надо вычислить разность между номером, который присвоил ему индивидуально каждый участник, группа и номером, присвоенным этому предмету экспертами. Сложите абсолютные значения этих разностей для всех предметов. Если сумма больше 30, то участник или группа «утонули»;

В). Сравните результаты группового и индивидуального решения. Явился ли результат группового решения более правильным по сравнению с решением отдельных участников?

Вопросы для обсуждения:

1. Дает ли игра возможность количественно оценить эффективность группового решения?
2. Оцените качество и количество индивидуальных и групповых решений.
3. Оцените временной фактор в решении задачи.
4. Согласны ли Вы с утверждением, что решения, принятые в результате группового обсуждения, оказываются более рискованными, чем индивидуальные решения.
5. Кто вносил больший вклад в выработку групповых решений? Какие качества, знания и умения позволили участникам стать лидерами?

Рекомендации.

1. Выполнить минимум 2 тренинга.

2. После каждого тренинга обязательное обсуждение в кругу - подведение итогов.

3. По завершении 1 части обязательно предложить каждому участнику оценить свои качества на основе индивидуального тестирования (тесты «Лидерские качества», «Работа в группе»). Цель: каждый участник должен получить представление о своих качествах как лидера и участника группы.

ЧАСТЬ 2. ТЕМА «ЛИДЕРСТВО».

«РЕКЛАМА» (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»).

Цели:

- освоить активный стиль общения и развить в группе отношения партнерства;
- развить самостоятельность, творческий подход к заданию, лидерские навыки в участниках тренинга;
- поупражняться в способности убеждать – навыке, необходимом для лидера.

Время: 60-90 минут.

Ход упражнения.

1-ый этап

Группа разбивается на пары. Важно проследить за тем, чтобы вместе оказались люди, как можно менее знакомые друг с другом. Ведущий объясняет задание.

- Представьте, что каждый из вас - член закрытого элитарного клуба. Естественно, что вы знакомы со всеми его участниками, доверяете им, вам хорошо вместе. Раз в году двери клуба открываются для всех. В этот день вы можете

попытаться ввести в круг членов клуба своих друзей. Для этого вам предстоит подготовиться и дать своему товарищу такую рекомендацию, чтобы ни один из членов клуба не смог проголосовать против приема новичка. Это нелегко, но возможно.

Как практически будет проходить прием? Вы разбились на пары. Каждый из участников пары подумает несколько минут и расскажет своему партнеру об одном своем положительном качестве. Качество это может быть любым, но значимым.

2-ой этап

В свою очередь, рассказавший о себе выслушивает историю своего партнера о том качестве, которое выделяет его среди других людей и позволяет претендовать на прием в клуб. После того как вы поделились друг с другом информацией о своем положительном качестве, вам придется поломать голову над тем, каким образом представить перед членами клуба вашего товарища. Отрекомендовать его вы можете любым максимально эффектным способом. Например:

-интервью, представляющее героя, в теле-или радиостудии;

-рисунок, комикс, шарж с последующим театрализованным комментарием;

-инсценировка, представляющая личные качества кандидата;

-комментарий спортивного обозревателя (если ваш герой делает успехи в спорте и именно здесь проявляются его человеческие достоинства, упорство, надежность, сила воли), или репортаж с выставки, концерта, конкурса (при условии, что достижения вашего герояпроя вляются именно в этой сфере деятельности);

-стихотворение, песня.

Жанр рекламного выступления не регламентирован. Все, чем богата ваша фантазия, может оказаться удачным. Позаботьтесь лишь о том, чтобы избранная форма максимально отражала содержание вашего представления. Еще одна важная деталь: рассказывая о достоинствах человека, не забудьте назвать его имя!

Через 20 минут объявляется общее собрание членов клуба для обсуждения кандидатов. Эти 20 минут ведущий проводит в работе с участниками, переходя от пары к паре, стимулируя работу над рекламой. Иногда придется посоветовать, какая форма будет наиболее актуальна для рассказа о том или ином качестве, помочь преодолеть стеснение в восхвалении пока что малознакомого человека перед другими малознакомыми людьми.

Нередко вмешательство и поддержка режиссера потребуются даже на более раннем этапе, когда участники пары рассказывают друг другу о своих достоинствах. Порой можно услышать от молодого "актера": "А я не знаю, какие у меня положительные черты!" Выясняется, что для многих проще определить, в чем они слабы, несовершенны, чем назвать качества, которыми человек вправе гордиться. Иногда черты характера подменяются названием достижений: "Я - лучший в классе ученик", "У меня -первое место в городе по плаванию!" В таких случаях пробуем перевести достижения на другой язык: что во мне помогло добиться такого яркого результата? Упорство? сила воли? стремление довести дело до конца?

3-ий этап

Внимание, объявляется минутная готовность! Просьба всем собраться в зале клуба на церемонию представления новых участников!

Сейчас нам предстоит познакомиться с новыми кандидатами. Если рекомендация, представленная вам, уважаемые члены клуба, покажется достаточной и убедительной, прошу своими аплодисментами высказать решение о приеме в члены клуба. А теперь я приглашаю на сцену первую пару участников!

Завершение. После того как все пары представили друг друга, выясняем, что дала каждому работа над заданием. Отмечаем оригинальные идеи и удачные выступления, дружественность атмосферы и важность поддержки.

ЛИДЕР -ЭТО... (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- освоить активный стиль общения и развить в группе отношения партнерства;
- потренироваться в определении четких и ясных признаков лидерского поведения, осознании лидерских качеств.

Материалы: листы пол у ватмана, ножницы, клей, маркеры, карандаши, множество рекламных проспектов, журналов, газет.

Время: 60 минут.

Ход игры

Это задание – отличный «разогрев» группы перед тренингом лидерства. Материалы, которые в игровой форме представят и обсудят участники, послужат ориентиром для всего блока занятий. Возможно, тренер и группа будут возвращаться к ним не раз в ходе встреч. Поэтому желательно использовать большие листы, которые легче сохранить в течение длительного срока.

Всем игрокам предоставляются разнообразные канцелярские материалы, газеты, журналы, рекламные проспекты. В течение 30-40 минут они готовят (поодиночке либо в парах) некий коллаж с использованием газетных заголовков, фотографий, рисунков от руки или найденных в рекламных изданиях, журналах, газетах.

Тема работы: «Я -лидер!». В работе нужно попытаться в визуальной форме представить качества, которые характеризуют лидера, рассказать о своих способностях вести за собой людей, руководить ими. Пока группа работает, в комнате звучит фоном энергичная, ритмическая музыка, создающая рабочее настроение, поддерживающая творческий настрой участников. Когда время на подготовку закончено, музыка микшируется – это знак участникам начать уборку рабочих мест, освобождение комнаты от обрезков и мусора.

В это время тренер нумерует полученные от участников анонимные листы и развешивает их. После того как «субботник» завершен и место освобождено для продолжения работы, начинаем «лидерский променад». Все лидеры прогуливаются по комнате, на стенах которой закреплены скотчем рекламные постеры, и делают для себя пометки, кто является, по их мнению, авторами увиденных работ.

Завершение

Собираемся вместе и обсуждаем увиденное. Участники зачитывают свои мнения об авторстве работ, рассказывают, что им показалось наиболее привлекательным, ярким в работе товарищей.

В заключение на доске или флипчарте записываем набор лидерских качеств.

ХАРИЗМАТИЧЕСКАЯ ЛИЧНОСТЬ (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- освоить активный стиль общения и развить в группе отношения партнерства;
- потренироваться в определении четких и ясных признаков харизматического поведения, осознании лидерских качеств.

Время: 30 минут.

Ход игры.

Для начала обсудим с группой само понятие «харизматическая личность». После того как участники придут к решению, что харизма -это способность человека притягивать и удерживать внимание других людей, излучать энергию, которая способствует приятию такого человека, ощущению легкости и желательности его присутствия, приходим к выводу, что харизматический лидер наделен неуловимым шармом, который обеспечивает ему возможность влияния на людей.

Харизматический человек уверен в себе, но не самоуверен, он приветлив, но не

«сладок» и не льстив, общение с ним приятно, к словам его хочется прислушиваться.

Ах, как хочется быть харизматическим! Что для этого сделать? Ну, во-первых, попытаться проанализировать, как выглядит и как ведет себя харизматическая личность. Во-вторых, попытаться «настроиться на волну» харизматического лидера, поискать подсказки в стиле его поведения, в его жестах, мимике, манере вести разговор, держаться с другими людьми.

Инструкция.

Разбейтесь на группы по три-четыре человека.

Первое задание для каждой группы: поделиться своими впечатлениями о встречах с харизматической личностью. Кто она, эта личность? В чем проявляется ее харизма? Чему бы вы хотели и могли научиться у нее? 10-15 минут.

Следующий этап работы: выстроить на базе рассказов живую скульптуру, отражающую смысл услышанных историй.

Даем каждой группе возможность показать свою композицию другим группам. Обсуждаем, как в бессловесной статической композиции проявляется харизматичность личности.

Какие элементы качеств характера лидера мы можем определить визуально?

Просим участников тренинга дать яркое и емкое название скульптуре товарищей.

Завершение.

Завершая игру, отмечаем еще раз черты харизматической личности.

- Нужно ли лидеру быть харизматичным?
- Как шла работа в подгруппах?
- Какие из историй, рассказанных товарищами, вам запомнились?
- Что вы могли бы сделать, чтобы стать харизматической личностью?
- Как можно научиться этому?

ЧАСТЬ 3. ТЕМА «КОМАНДНАЯ РАБОТА»

«БЕЗ КОМАНДИРА» (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- изучить сотрудничество как альтернативу конфликту в групповой деятельности;
- изучить преимущества и недостатки коллективной ответственности;
- развить умение и готовность принимать ответственность на себя, отработать умения продуктивно действовать в недирективной среде в условиях неопределенности.

Время: около 20 минут.

Ход игры. Нередко нам приходится встречаться с людьми, которые, кажется, только того и ждут, чтобы ими руководили. Их кто-то обязан организовывать, направлять, так как проявить собственную инициативу (и затем отвечать за свои решения и поступки) люди подобного типа боятся. Есть и другой тип - неуемные лидеры. Эти всегда знают, кто и что должен сделать. Без их вмешательства и заботы мир непременно погибнет!

Понятно, что и мы с вами принадлежим либо к ведомым, либо к лидерам, либо к какой-то смешанной -между тем и другим типом -группе.

В задании, которое вы попробуете сейчас выполнить, тяжело придется и явным активистам, и крайним пассивистам, потому что никто и никем не будет руководить. Абсолютно! Весь смысл упражнения в том, что при выполнении той или иной задачи каждый из участников сможет рассчитывать исключительно на свою смекалку, инициативу, на свои силы. Успех каждого станет залогом общего успеха.

Итак, с этой минуты каждый отвечает только за себя! Слушаем задания и пытаемся как можно лучше справиться с ними.

Любой контакт между участниками запрещен: ни разговоров, ни знаков, ни хватания за руки, ни возмущенного шипения -ничего! Работаем молча, максимум – взгляд в сторону партнеров: учимся понимать друг друга на телепатическом уровне!

- Прошу группу построиться в круг! Каждый слышит задание, анализирует его и пытается решить, что ему лично предстоит сделать, чтобы в итоге группа максимально быстро и точно встала в круг.

Очень хорошо! Вы обратили внимание, что у некоторых прямо руки чесались, так хотелось кем-нибудь по-управлять. А немалая часть из вас стояла в полной растерянности, не зная, что предпринять и с чего начать.

Продолжим тренировать личную ответственность. Выстройтесь, пожалуйста:

- в колонну по росту;
- два круга;
- треугольник;
- шеренгу, в которой все участники выстраиваются по росту;
- шеренгу, в которой все участники расположены в соответствии с цветом волос: от самых светлых на одном краю до самых темных на другом;
- живую скульптуру "Звезда", "Медуза", "Черепаха"...

Завершение: обсуждение игры.

- Кто из вас лидер по натуре?
- Легко ли было отказаться от руководящего стиля поведения?
- Что вы чувствовали? Успокоил ли вас очевидный успех группы в попытках самоорганизации? Теперь вы больше надеетесь на товарищей, не так ли?

Не забудьте, что и каждый из вас внес лепту в общую победу!

- Каковы были ощущения людей, которые привыкли быть ведомыми? Тяжело остаться вдруг без чьих быто ни было оценок, советов, указаний?
- Как вы понимали, верны ваши действия или ошибочны? Понравилось ли отвечать за себя и самостоятельно принимать решения?

ПО ОДНОМУ! (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- потренироваться в слаженной групповой работе над поставленной целью;
- развить умение участников концентрироваться на партнере;
- отработать навыки действия в недирективной среде;
- научиться распознавать внутренние конфликты в группе, препятствующие эффективной совместной деятельности.

Размер группы: оптимальное количество -10-15 человек.

Время: 30-40 минут.

Ход упражнения.

Здесь предложено два варианта упражнения, которые потребуют от участников координации действий, максимальной сосредоточенности и терпения.

Вариант 1. Участники садятся в круг.

Задание: сосчитать от одного до двадцати одного, называя цифры по порядку. Каждый из участников за один раз может назвать не более одной цифры.

Сложность в том, что не устанавливается никакой очередности. Наоборот, любой намек на установление игроками порядка входа в игру немедленно пресекается ведущим. Поэтому, как правило, несколько игроков, не зная о намерениях друг друга, одновременно вступают в игру и называют следующую по порядку цифру. В этом случае счет возобновляется с единицы.

Партнеры должны проявить максимум собранности и эмпатичности, чтобы

предугадать действия других участников и не назвать цифру одновременно с другими игроками.

Нередко (через небольшое время после начала игры и после серии неудач) в группе начинает возникать напряжение между игроками. Это сопровождается взаимными обвинениями, которые потом важно отследить во время подведения итогов игры. Как правило, в этих обвинениях мало реальных просчетов того или иного игрока, скорее это «выпуск пара», прорывающееся наружу раздражение от коллективного неуспеха.

Итак, прошло немало времени, пока вы тренировались в умении понимать друг друга с полувзгляда. И, в конце концов, команде удалось досчитать до двадцати одного, не перессорившись и научившись самостоятельно отвечать за собственные просчеты и ошибки. Молодцы!

Вариант 2. Теперь попробуем выполнить сходное задание в другой форме. Прошу выйти на площадку 10-12 добровольцев. (Упражнение эффективно при 10-15 участниках. При большем количестве затрудняется контроль, при меньшем – задание становится легко выполнимым).

Наши добровольцы проведут на площадке всего три минуты. Каждому из них придется то находиться в движении, совершая короткие сольные переходы, то замирать на месте...

Что здесь сложного? Сложность заключается в том, что, как и в варианте со счетом, в этой модификации задания существуют жесткие и не столь простые для выполнения правила:

- начинать движение по площадке и совершать переход может каждый раз лишь один из игроков команды. Одновременное начало движения двух или более участников приводят к их проигрышу и выходу из игры;
- каждый сольный переход продолжается не более 10 секунд. Каждый из игроков в ходе игры может совершить любое количество переходов;
- только когда предыдущий игрок остановился, следующий может начать движение (опять-таки - не дольше 10 с.);
- паузы между переходами не могут превышать трех секунд. Значит, если по счету «три» ведущего ни один из участников не начал движение, вся команда считается проигравшей.

ПЕЧАТНАЯ МАШИНКА (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- в игровой форме подчеркнуть важность каждого игрока в решении групповой задачи;
- закрепить навыки совместного решения групповой задачи;
- развить концентрацию внимания участников тренинга.

Размеры группы: как минимум, 8-10 человек.

Материалы: доска и мел или флип-чарт с фломастерами для записи текста упражнения.

Время: 15-20 минут.

Ход упражнения.

Это упражнение лучше всего проводить с группой игроков в 8-14 человек. Если же группа большая, то образуем подгруппы. На доске/флип-чарте записывается текст:

- Не печалься о том, что никто не знает тебя, а стремись быть тем, кого могут знать. (Конфуций)

- Тот, кто, обращаясь к старому, способен открывать новое, достоин быть учителем. (Конфуций)

- Человек – все равно что кирпич: обжигаясь, он становится твердым. (Бернард

Шоу)

Задание усложнится тогда, когда чтение каждого текста станет задачей коллективной. Это значит, что сейчас каждый игрок получит лишь по одному слову из текста. Я попрошу вас после этого произнести афоризм целиком, добившись логически верного и эмоционально наполненного звучания.

Итак, первому игроку - первое слово «не», второму – «печалься», третьему – «о», четвертому – «том» и т.д. Так распределяем текст первого отрывка, разделив его на сегменты. Если игроков не хватает, то даем некоторым по несколько слов.

Приступаем к самому упражнению. Читая слово, игрок как бы впечатывает его в общий текст и в сознание участников группы.

С первых же попыток произнести текст как единое логическое и эмоционально окрашенное целое группа столкнется с проблемой: каждый игрок будет ставить после своего слова интонационную точку, как бы завершая своим словом высказывание. Разнобой силы голоса, эмоций также будет мешать целостному восприятию афоризма.

Добиваемся единого звукового, логического и эмоционального звучания, пока не достигаем целостной осмысленной и ритмической передачи текста. После этого переходим к следующему афоризму.

Завершение

- Чем, на ваш взгляд, полезно это упражнение будущим лидерам?

- После разбора хода игры давайте вновь вернемся к трем афоризмам, чтобы обсудить их смысл.

МНЕ НЕОБХОДИМА ПОМОЩЬ!.. (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- потренироваться в осознании собственных поведенческих моделей;
- закрепить навыки диалогового стиля общения в практике лидера;
- развить эмпатические возможности;
- потренироваться в «отзеркаливании» собеседника, пристройке.

Материалы: флип-чарт/доска.

Ход упражнения

Группа разбивается на подгруппы в 3-5 человек.

На доске или флип-чарте записаны роли:

- ДРУГ
- начальник
- партнер
- подчиненный
- сосед

дальний знакомый

- коллега по работе.

Ведущий просит каждую подгруппу задуматься над тем, как одна и та же информация трансформируется в различной ситуации, применительно к различным людям, в зависимости от формы высказывания.

Насколько мы успешны в том, что можно было бы назвать уместным поведением – реакциями, адекватными той ситуации, месту, в которых мы оказались, людям, с которыми мы общаемся?

-Мне необходима помощь! – обращаетесь вы к различным людям и получаете в ответ...

Давайте проверим, как каждый из перечисленных на доске/флип-чарте людей может отреагировать на вашу просьбу.

Построим работу следующим образом:

- в каждой подгруппе определите для себя, о каком виде деятельности будет идти речь, в какой помощи вы нуждаетесь;

- каждый попытается представить себе (можно сделать необходимые пометки), как будет развиваться сцена-диалог с каждым из героев, указанных в нашем списке;

- следующий этап заключается в том, что в группе проигрываются все варианты диалога со всеми героями.

Каждый из участников подгруппы может поучаствовать в импровизированной сцене-диалоге, предъявив товарищам свое видение ситуации и разыграв с партнером свой вариант развития сцены;

- последний этап – обсуждение.

Чтобы сделать его эффективными конкретным, раздаем каждой подгруппе листок с наводящими вопросами:

1. Насколько варианты, которые были заранее подготовлены вами, вписываются в общее представление группы о том, как может развиваться ситуация?
2. Считаете ли вы свои предложения оптимальными после того, как познакомились с мнениями других участников команды?
3. Считаете ли вы свой вариант развития сюжета более примиренческим, более агрессивным, более нейтральным, более интеллигентным, чем варианты, предложенные товарищами? Говорит ли выбранный вами способ реакции о стиле вашего поведения в реальной обстановке?
4. Что в реакциях и предложениях товарищей по группе показалось вам неприемлемым? Что стало неожиданностью? С чем вы готовы безоговорочно согласиться?

Завершение.

Приглашаем все группы соединиться в форум. Предлагаем участникам упражнения самостоятельно определить, что являлось для них главным в проведенном упражнении, в чем его польза и учебный потенциал. Поощряем высказывания перед общим форумом. Подводим итог выступлениям.

ПУТЕШЕСТВИЕ НЕЗНАЙКИ (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- способствовать мобилизации внимания участников и их участию в решение групповой задачи;
- интегрировать группу за счет осознания коллективной ответственности и включенности в совместную командную деятельность;
- потренироваться в выработке совместной стратегии и тактики успеха;
- развить лидерские качества в членах команды, проверить их готовность взять на себя ответственность за решение задачи, возможность эффективно работать и общаться с партнерами по команде.

Материалы: набор карточек с материалами игры, флип-чарт, маркеры для записи, секундомер (идеальный вариант – большие настенные часы с секундной стрелкой).

Время: 1 час.

Ход игры.

К игре необходимо подготовить карточки из плотной бумаги. На каждой карточке помещаем данные ниже фрагменты информации (каждый абзац текста соответствует отдельной карточке!):

- Что такое боб?
- С какой скоростью ехал Незнайка от Огурцовой реки в Солнечный город?

-Незнайка ехал от Огурцовой реки в Солнечный город со скоростью один грих.

- Что такое нюш?

- Сколько бобов в одном часе?
- Между бульваром Васильков и Солнечным городом120 михов.
- Что такое мих?
- 1 боб = 2 лизам.
- Незнайка ехал от бульвара Васильков до Солнечного города со скоростью 0,8 грих.
- Сколько михов в одном километре?
- Что такое лиз?
- Между Цветочным городом и Солнечным городом1500 нюш.
- Боб -это единица времени.
- В одном километре 10 михов. (1 км = 10 мих).
- От Огурцовой реки до Цветочного города расстояние в 500 нюш.
- Мих -это единица для измерения расстояния.
- Какое расстояние между Цветочным городом и Солнечным городом?
- Незнайка всегда ведет машину с постоянной скоростью.
- В одном часе два боба. (1 час = 2 боба).
- Незнайка проехал расстояние от Огурцовой реки до Солнечного города за время в одну пятую боба.
- 1 нюш = 10 михам.
- Какое расстояние между Солнечным городом и бульваром Васильков?
- Что такое грих?
- Какое расстояние между Огурцовой рекой и Цветочным городом?
- Незнайка ехал из Цветочного города к Огурцовой реке со скоростью 25 нюш/лиз.
- 1 грих = 25 нюш/лиз.
- Маршрут путешествия Незнайки - прямое шоссе от Цветочного города через бульвар Васильков и Огурцовую реку до Солнечного города.

Тренер объявляет команде, что ей предстоит в течение 40 минут решить некую логическую задачу. Задача записывается на доске в виде вопроса:

«Сколько времени заняла поездка Незнайки от Цветочного города до Солнечного города?».

Чтобы найти ответ, игрокам придется обменяться информацией, так как каждый из членов команды получает лишь отдельный фрагмент условия задачи (если игроков меньше, чем карточек, то некоторые игроки могут получить несколько карточек).

После того как будет дан старт, можно начинать обмениваться информацией.

ЗАПРЕЩАЕТСЯ лишь передавать карточки из рук в руки, собирать их в одном месте или у одного человека.

Карточка, полученная каждым игроком, остается с ним до конца игры! По ходу игры можно делать записи, ходить, обсуждать задачу и т.д.

Через 40 минут представитель команды должен сообщить тренеру ответ.

Завершение.

Предлагаем участникам упражнения самостоятельно определить, что являлось для них главным в проведенном упражнении, в чем его польза и учебный потенциал. Поощряем высказывания перед общим форумом. Подводим итог упражнения.

АРТЕЛЬ ХУДОЖНИКОВ (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- способствовать мобилизации внимания и творческой фантазии участников в ходе решения групповой задачи;
- интегрировать группу за счет осознания коллективной ответственности и включенности в совместную командную деятельность;
- потренировать зрительное воображение и память, развить навыки пространственной согласованности среди членов группы.

Материалы: лист бумаги.

Время: 15-20 минут.

Ход игры.

Участники садятся в круг. Одному из игроков дается чистый лист бумаги. Тренер просит его, вглядываясь в лист, начать «словесное рисование» – описание пейзажа, портрета, натюрморта или любой другой бессюжетной картины. Рассказчик пытается определить фрагменты картины, где и как они расположены, какими красками изображены, уточняет подробности.

По хлопку ведущего листок передается следующему по порядку игроку, который продолжает рисовать ту же картину, заполняя пространство листа новыми элементами изображения.

Картина «рисуется» совместными усилиями команды до тех пор, пока кто-то из игроков не сообщает о том, что изображение рассыпалось – он не может вспомнить, чем заполнен лист, который находится в его руках. С этого игрока начинается совместное «рисование» следующей картины.

Завершение: обсуждение игры.

Что понравилось, а что не понравилось в игре?

Как команда воспринимает скрытый смысл задания?

Чему учит отработанное упражнение?

Развитие внимания, зрительного воображения, умения пространственного ориентирования; тренировка концентрации; развитие группового сотрудничества, взаимопонимания.

ЧАСТЬ 4. «КОНФЛИКТ В ГРУППЕ»

СКУЛЬПТУРА КОНФЛИКТА (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- отработать умение продуктивно действовать и принимать эффективные решения в кризисной ситуации;
- способствовать мобилизации внимания участников на партнере и включенности их в решение групповой задачи;
- потренироваться в определении четких целей деятельности, в выработке индивидуальной и совместной стратегии и тактики успеха.

Время: 1-1,5 часа.

Ход игры.

Нередко мы затрудняемся в решении конфликтной ситуации не потому, что не понимаем сути проблемы, а из-за растерянности перед выбором эффективной тактики поведения из множества возможных. Эта драма выбора иногда парализует волю, вгоняет нас в цейтнот, не дает сосредоточиться на главном. Методика "Скульптур" поможет увидеть проблему в виде образа, включит в активную работу правополушарный отдел мозга, следовательно, задействует наши творческие силы, столь необходимые для эффективного и нетривиального действия.

1. Упражнение начинается с разделения команды на подгруппы (3-4 человека). В каждой подгруппе просим участников в течение 10 минут сосредоточиться на одной из проблем, конфликтных ситуаций, знакомых им по собственной жизни, тех, которые заботят их в настоящий момент. Необходимо на листе бумаги:

- четко сформулировать, назвать суть конфликта или проблемы так, как это видится самим игрокам;
- назвать по имени (и по должности, родственным или иным связям, если такие существуют) непосредственных участников конфликта;
- приготовиться к устному описанию конфликта, а затем рассказать о конкретной ситуации, которая наиболее внятно представляет проблему и расстановку сил.

2. Следующий этап работы – рассказ участников подгруппы о собственной жизненной ситуации. Товарищи лишь слушают, воздерживаясь от оценок.
3. Группа выбирает один из рассказов, прозвучавших в кругу, определяет его как рабочий материал встречи. С этого момента рассказчик, чья история принята к инсценировке, остается вне действия, а товарищи в течение 5-7 минут, удалившись от него, работают над скульптурой, которая могла бы аллегорически выразить суть конфликта. В этой скульптуре могут прослеживаться определенные герои ситуации, она количественно (по составу актеров) может совпадать с количеством участников конфликта. А может лишь образно сформулировать суть проблемы, ее эмоциональный градус, состояние человека, который находится в эпицентре конфликта.
4. Группа возвращается к своему товарищу и представляет ему скульптуру – плод коллективного творчества.
5. Наш герой сообщает о своем восприятии увиденного: насколько скульптура отражает его представления о конфликте и собственной роли в нем, как он со стороны воспринимает полученную от группы обратную связь, насколько представление соответствует его формулировке конфликта, записанной на листе.
6. Следующим этапом работы руководит наш герой. Он выстраивает из товарищей еще одну скульптуру, которая отражает его видение разрешенной проблемы. Эта скульптура должна задействовать конфликтующие силы после того, как проблема решена, показать их взаимодействие, или их эмоциональное состояние, или физический результат разрешенного противодействия, или его метафорический образ.

Завершение.

Все работавшие самостоятельно группы собираются вместе. На форуме тренер ставит вопрос о том, как шла работа в группах. Спрашивает об эффективности упражнения и его эмоциональном воздействии на группу в целом.

- Как сам герой ситуации оценивает успех работы?
- Дало ли ему новый ракурс во взгляде на конфликт представление, подготовленное товарищами?
- Помогло ли разобраться в расстановке сил, в собственном поведении, натолкнуло ли на новые идеи по поводу решения конфликта?
- Какие из качеств лидера мы можем отработать в данном задании?
- В чем потренировать себя?

ЕРУНДА – КАТАСТРОФА (Источник Кипнис М. «Тренинг лидерства»)

Цели:

- помочь участникам преодолеть внутренние барьеры и страхи перед кризисной ситуацией, умение мобилизоваться в состоянии конфликта;
- потренироваться в использовании рефрейминга для получения объемной картины действительности и возможности представить альтернативу проблеме;
- стимулировать изменение отношений к конфликтной ситуации как пример одного из стилей решения конфликта – избегание (или уход). Проверить эффективность этого метода.

Время: 20-60 минут.

Ход игры.

Группа разбивается на подгруппы (5-6 человек). В каждой подгруппе предлагаем участникам рассказать реальную историю конфликта (семейного, служебного, с друзьями и т.д.).

Затем подгруппа формирует дуэты и трио, которым предстоит представить небольшую инсценировку конфликта, о котором шла речь. Каждая актерская

«единица» покажет один из выбранных ею сюжетов в двух вариантах: как катастрофу, и как ничего не значащую ерунду. (Или наоборот: ерунда приобретает внезапно катастрофические последствия и размах.)

После краткой репетиции – показ сцен и обсуждение.

Важно услышать мнение рассказчиков, которым представилась возможность воочию увидеть два способа отношения к проблеме, узнать об их впечатлении об инсценировке.

Изменила ли сцена остроту отношения к конфликту? Если да, то как: усилила или ослабила его?

Не кажется ли им, что проблема, озвученная и представленная на площадке товарищами, выявила какие-то новые особенности самой ситуации конфликта, объяснила поведение его реальных участников?

«СГЛАЖИВАНИЕ КОНФЛИКТОВ» (Источник: Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Время: 20 минут.

Инструкция.

Группа делится на команды по три человека.

Задача каждой команды – придумать сценарий, в котором два человека представляют конфликтующие стороны, а третий – старается их примирить. Вам необходимо в течение пяти минут придумать конфликтную ситуацию и обыграть ее.

«ПЛЮСЫ И МИНУСЫ КОНФЛИКТОВ» (Источник:Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

Оказывается, у конфликтов бывают как плюсы, так и минусы.

Инструкция.

Разбейтесь на 2 команды. Первая команда записывает как можно больше позитивных следствий конфликтных ситуаций, вторая команда описывает негативные последствия конфликтов. На работу группам даётся по 10 минут.

Далее каждая группа оглашает свой список, а ведущий фиксирует его на листе ватмана или доске. Если у команды соперников возникают вопросы и замечания, то они могут их озвучить, после того как команда полностью закончит свой ответ.

Плюсы

- ✓ конфликт вскрывает "слабое звено" во взаимоотношениях;
- ✓ дает возможность увидеть скрытые отношения;
- ✓ дает возможность выплеснуть отрицательные эмоции, снять напряжение;
- ✓ пересмотр своих взглядов на привычное;
- ✓ способствует сплочению коллектива при противоборстве с внешним врагом.

Минусы:

- ✓ отрицательные эмоциональные переживания, которые могут привести к различным заболеваниям;
- ✓ нарушение деловых и личных отношений между людьми, снижение дисциплины-ухудшение социально-психологического климата;
- ✓ ухудшение качества работы - сложное восстановление деловых отношений;
- ✓ представление о победителях или побежденных как о врагах;
- ✓ временные потери - на 1 мин. конфликта приходится 12 мин. после конфликтных переживаний.

«ДРУГИМИ СЛОВАМИ» (Источник: Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»).

В этом упражнении вам предлагается поработать над неконструктивными установками в общении с другими людьми, которые зачастую приводят к

возникновению или еще большему усугублению конфликта. Обычно нас раздражает, а порой и просто выводит из себя, когда другой человек говорит нам фразы типа: "Ты должен...", "Это твоя обязанность...", "С тобой невозможно разговаривать...", "Ты безответственный человек" и т.п.

Эти и подобные высказывания приводят к возникновению барьеров общения, увеличению напряжения. Поэтому очень важно, особенно в конфликтной ситуации, отслеживать неконструктивные установки в общении.

Сейчас я вам раздам листочки с высказываниями ваша задача перефразировать ряд неконструктивных утверждений в конструктивные. Например, «Ты должен принести мне книгу». (Я была бы рада, если бы ты принёс мне книгу).

- ✓ «Он должен заботиться обо мне». («Мне хочется, чтобы он заботился обо мне»);
- ✓ «Ты не должна была ходить на ту вечеринку». («Я бы предпочел, чтобы ты не ходила на вечеринку»);
- ✓ «Ты ни разу в жизни для меня ничего не сделала!» («Мне не хватает внимания и заботы с твоей стороны»);
- ✓ «Ты должна была предвидеть возможные трудности». («Мне хотелось, чтоб ты предвидела возможные трудности»);
- ✓ «Меня обидели!» («Я предпочла обидеться»);
- ✓ «Меня заставили». («Я не сумела отказаться»);
- ✓ «Он - упрямый осёл». («Я не смог убедить его»);
- ✓ «Он меня унизил». («Мне было неприятно»);
- ✓ «Прекрати меня злить!» («Я начинаю злиться»);
- ✓ «Ты должна мне дать программу, книгу» («Мне хотелось бы, чтоб ты дала мне программу, книгу»).

«ПОИСК…» (Источник: Бука Т.Л., Митрофанова М.Л. «Психологический тренинг»)

Выбираются 4 человека, среди них распределяются роли:

- o директор банка,
- o владелец сети супермаркетов,
- o владелец косметической компании,
- o директор телекомпании.

Данные участники являются серьезными конкурентами.

Остальная часть группы делится на команды по 2 человека, их задача заключается в совершении нескольких сделок:

- o заключить договор сотрудничества;
- o оформить кредит;
- o провести совместное мероприятие;
- o пустить рекламу на телевидении.

При этом все эти сделки совершаются со всеми 4 инстанциями. Поскольку они изначально конфликтны между собой, цель команд заключить сделки без конфликта, приводя доводы «За».

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «Инклюзивные технологии в социальной и профессиональной деятельности»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Инклюзивные технологии в социальной и профессиональной деятельности» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – направление подготовки ФГОС ВО 38.03.02 Менеджмент, приказ Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 N 970 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки.

Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Инклюзивные технологии в социальной и профессиональной деятельности».

Изучение дисциплины дает целостное представление об интеграции лиц с инвалидностью в различные сферы социальной жизни и профессиональной деятельности. Дисциплина готовит специалистов разного профиля к корректному общению с людьми, имеющими нарушения здоровья, знакомит будущих специалистов с этическими нормами социального и профессионального взаимодействия с инвалидами.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

Цель изучения учебной программы: знакомство будущих бакалавров с этическими нормами социального и профессионального взаимодействия с лицами, имеющими инвалидность.

Задачи изучения учебной программы:

- сформировать у студентов представление о нормативно-правовых и этических основах взаимодействия с людьми, имеющими инвалидность;
- сформировать у будущих специалистов нравственную позицию, необходимую для работы с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью;
- дать информацию о современных технологиях, формах и способах взаимодействия с лицами, имеющими нарушения здоровья;
- сформировать представление об этике и этикетных формах общения с лицами, имеющими инвалидность.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовател. деятельности**
			Выпускник должен знать	**Выпускник должен уметь**	**Выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	**УК-9**	УК-9.1.- знает о причинах стигматизации лиц с инвалидностью и социально-психологических механизмах стирания стигмы	основные теории и концепции причин стигматизации лиц с инвалидностью	разрабатывать сценарии работы с клиентами с социально-психологических механизмов стирания стигмы	использования активных методов и средств работы с лицами с инвалидностью	Контактная работа: Лекции Самостоят. работа
		УК-9.2. – умеет подбирать адекватные способы организации совместной профессиональной деятельности при участии в ней лиц с ограниченными возможностями здоровья	основные теории и концепции по организации совместной профессиональной деятельности	разрабатывать сценарии совместной профессиональной деятельности при участии лиц с ОВЗ	использование методов по подбору способов организации совместной проф. деятельности для лиц с ОВЗ	
		УК-9.3. – имеет практический опыт работы в группе с лицами с ограниченными возможностями и особыми потребностями	основные направления теории работа в группах с лицами с ОВЗ	разрабатывает сценарии работы в группе лиц с ОВЗ и особыми потребностям и	активно использует различные методики по групповой работе с лицами ОВЗ	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
4 семестр											
Модуль 1. **«Инклюзия как принцип социальной и профессиональной деятельности»**											
Тема 1. Инклюзия и инклюзивное трудоустройство	2	2								4	Дискуссия /10 Тестовые задания / 20
Тема 2. Инклюзия на законодательном уровне	2	2								6	
Модуль 2. **«Организационные аспекты инклюзивного взаимодействия»**											
Тема 3. Особенности взаимодействия с лицами, имеющими нарушения зрения и слуха	2	2								4	Дискуссия /15 Тестовые задания / 20
Тема 4. Особенности взаимодействия с лицами с нарушениями опорно-двигательного аппарата	2	2								4	
Тема 5. Особенности взаимодействия с лицами, имеющими затруднения в речи	2	2								4	
Тема 6. Особенности общения с лицами, имеющими умственные и психические нарушения	2	2								5	
Модуль 3. «Инклюзивные практики в социальной и профессиональной сферах»											

Тема 7. Современные инклюзивные технологи	2	2								4	Дискуссия/15 Тестовые задания / 20
Тема 8. Развитие инклюзии в бизнесе и предпринимательстве	2									5	
Тема 9. Специализированные предприятия инвалидов		2								4	
Всего	**16**	**16**								**40**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в ак. часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зач. единицах)	**2**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Инклюзия и инклюзивное трудоустройство

История труда и профессиональной деятельности людей с инвалидностью. Основные принципы инклюзии и их значение в профессиональной деятельности. Особенности инклюзивного трудоустройства. Навыки работы с информацией и современными технологиями. Коммуникативные и презентационные навыки. Профориентационные деловые игры. Способы получения профессионального опыта лицами с инвалидностью. Инклюзивное тьюторство и инклюзивное волонтерство.

Тема 2. Инклюзия на законодательном уровне

Международные документы, защищающие права инвалидов (учредительные акты, декларации, пакты, конвенции, рекомендации и резолюции ООН, ВОЗ, МОТ, ЮНЕСКО, ЮНИСЕФ и др.). Всемирная декларация прав человека (1948), Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах (1966), Декларация социального прогресса и развития (1969), Декларация о правах инвалидов (1971), Декларация о правах умственно отсталых лиц (1971). Конвенция о правах ребенка, ст. 23-27 (1989), Всемирная декларация об обеспечении выживания, защиты и развития детей (1990), Конвенция и Рекомендация о профессиональной реабилитации и занятости инвалидов (1983) и др. Права инвалидов в российском законодательстве: Конституция Российской Федерации, Декларация прав и свобод человека и гражданина (1991), Закон Российской Федерации «О защите инвалидов в Российской Федерации» (1995), Основы законодательства Российской Федерации об охране здоровья граждан (1993), Указы Президента Российской Федерации «О дополнительных мерах государственной поддержки инвалидов» и «О мерах по формированию доступной

для инвалидов среды жизнедеятельности» (1992) и др. Этические нормы и общие правила этикета общения с людьми, имеющими инвалидность разных нозологий.

Тема 3. Особенности взаимодействия с лицами, имеющими нарушения зрения и слуха

Психологические и сенсорные особенности лиц с нарушением слуха. Особенности речи и общения глухих и слабослышащих. Сурдоперевод и жестовый язык. Средства социально-бытовой реабилитации глухих и слабослышащих, кохлеарная имплантация. Правила этикета при общении с инвалидами, имеющими нарушения слуха.

Психологические и сенсорные особенности лиц с нарушением зрения. Особенности ориентировки человека с нарушением зрения в пространстве. Компенсаторные возможности организма. Шрифт Брайля. Доступная среда. Средства социально-бытовой реабилитации незрячих и слабовидящих, собаки-поводыри. Деятельность автономной некоммерческой организации «Белая трость». Правила этикета при общении с инвалидами, имеющими нарушение зрения или незрячими.

Тема 4. Особенности взаимодействия с лицами с нарушениями опорно-двигательного аппарата

Психологические особенности и специфика моторного развития лиц нарушениями опорно-двигательного аппарата. Доступная среда, помощь в преодолении барьеров. Средства социально-бытовой реабилитации. Эргономическое рабочее место за компьютером, адаптированные к диагнозу выносные устройства. Правила этикета при общении с инвалидами, испытывающими трудности при передвижении.

Тема 5. Особенности взаимодействия с лицами, имеющими затруднения в речи

Социальные и биологическая природа речевых нарушений. Виды речевых нарушений. Логоневроз. Нарушения речи как вторичный дефект при нарушениях интеллекта. Правила этикета при общении с лицами, испытывающими затруднения в речи.

Тема 6. Особенности общения с лицами, имеющими умственные и психические нарушения

Причины и виды ментальной инвалидности. Особенности развития познавательных процессов. Ограничение дееспособности. Конфликтно-демонстративное поведение и эмоциональные расстройства, нарушения эмоционально-волевой регуляции поведения у лиц с психиатрическими диагнозами. Правила этикета при общении с лицами, имеющими умственные и психические нарушения.

Тема 7. Современные инклюзивные технологи

Содержательные и организационные технологии. Методы и приёмы стимулирования творческой активности и устранения отрицательного воздействия психологической инерции. Интерактивные и дистанционные технологии в инклюзивном взаимодействии.

Тема 8. Развитие инклюзии в бизнесе и предпринимательстве

Обеспечение трудовой занятости инвалидов. Совместная работа HR-специалистов и руководителей направлений при найме работников. Проведение тренингов, семинаров, обучающих сессий для всех сотрудников компании с инклюзивной политикой. Готовность к диалогу и индивидуальный подход к сотруднику с инвалидностью. Специальные рабочие места для трудоустройства инвалидов. Квотирование рабочих мест.

Тема 9. Специализированные предприятия инвалидов

Сферы деятельности, открытые для соискателей, имеющих ограниченные возможности здоровья. Социальное предпринимательство. Надомные виды труда. Предприятия инвалидов: недостатки и преимущества специализированной формы занятости инвалидов. Возможности перемещения лиц с инвалидностью из специализированной в обычную форму занятости.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Инклюзивные технологии в социальной и профессиональной деятельности» используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары (практические занятия), подготовка конспектов, выполнение тестовых заданий, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение инициатив.

Методические указания для обучающихся по работе во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого

выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии

Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

В задачи студента при выполнении самостоятельной работы входит работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей), составление библиографии, составление плана и тезисов ответа, изучение дополнительных тем занятий, учебно-исследовательская работа, выполнение домашних заданий, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета, изучение изобразительного материала, в т.ч. оригинальных работ, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Модуль 1. **«Инклюзия как принцип социальной и профессиональной деятельности»**			
Тема 1. Инклюзия и инклюзивное трудоустройство	Основные принципы инклюзии и их значение в профессиональной деятельности. Особенности инклюзивного трудоустройства.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подбор литературы и материалов по вопросам дискуссии, выполнение тестовых заданий	Подготовка к дискуссии Тестовые задания
Тема 2. Инклюзия на законодательном уровне	Права инвалидов в российском законодательстве.		
Модуль 2. **«Организационные аспекты инклюзивного взаимодействия»**			
Тема 3. Особенности взаимодействия с лицами, имеющими нарушения зрения и слуха	Особенности речи и общения глухих и слабослышащих.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подбор литературы и материалов по	Подготовка к дискуссии Тестовые задания

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 4. Особенности взаимодействия с лицами с нарушениями опорно-двигательного аппарата	Правила этикета при общении с инвалидами, имеющими нарушение зрения или незрячими. Доступная среда, помощь в преодолении барьеров.		
Тема 5. Особенности взаимодействия с лицами, имеющими затруднения в речи	Правила этикета при общении с лицами, испытывающими затруднения в речи.		
Тема 6. Особенности общения с лицами, имеющими умственные и психические нарушения	Причины и виды ментальной инвалидности. Особенности развития познавательных процессов.		
Модуль 3. «Инклюзивные практики в социальной и профессиональной сферах»			
Тема 7. Современные инклюзивные технологи	Интерактивные и дистанционные технологии в инклюзивном взаимодействии.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подбор литературы и материалов по вопросам дискуссии, выполнение тестовых заданий	Подготовка к дискуссии Тестовые задания
Тема 8. Развитие инклюзии в бизнесе и предпринимательстве	Обеспечение трудовой занятости инвалидов.		
Тема 9. Специализированные предприятия инвалидов	Сферы деятельности, открытые для соискателей, имеющих ограниченные возможности здоровья. Социальное предпринимательство. Надомные виды труда.		

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Борозинец, Н. М. Педагогический менеджмент в специальном образовании : учебное пособие / Н. М. Борозинец, А. Л. Коблева ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2014. – 167 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457156

2. Подольская, О. А. Инклюзивное образование лиц с ограниченными возможностями здоровья : учебное пособие / О. А. Подольская. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 57 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=477607

3. Подольская, О. А. Теория и практика инклюзивного образования : учебное пособие / О. А. Подольская, И. В. Яковлева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 202 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494762

4. Пузанов, Б. П. Социальная адаптация, реабилитация и обучение детей с нарушениями интеллектуального развития : учебное пособие : [16+] / Б. П. Пузанов. – Москва : Владос, 2017. – 89 с. : ил. – (Специальное инклюзивное образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486127

5. Соловьева, О. А. Теория и практика создания инклюзивной образовательной среды в учреждениях профессионального образования : учебно-методическое пособие : [16+] / О. А. Соловьева. – Минск : РИПО, 2020. – 193 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599805

Дополнительная литература:

1. Замалетдинова, Н. Ш. Креативные технологии инклюзивного образования : методическое пособие : [16+] / Н. Ш. Замалетдинова, И. Г. Морозова, Н. А. Паранина ; под ред. Д. З. Ахметовой ; Институт экономики, управления и права (г. Казань), Кафедра теоретической и инклюзивной педагогики. – Казань : Познание (Институт ЭУП), 2014. – 100 с. : ил., табл. – (Педагогика, психология и технологии инклюзивного образования). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257981

2. Инклюзивное образование: психолого-педагогические особенности обучающихся с ОВЗ / авт.-сост. Т. Д. Лукьянова, С. Е. Жуйкова ; Глазовский государственный педагогический институт им. В.Г. Короленко. – Глазов : Глазовский государственный педагогический институт (ГГПИ), 2016. – 43 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458737

3. Мандель, Б. Р. Психолого-педагогическое сопровождение образовательного процесса в современном вузе : учебное пособие / Б. Р. Мандель. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 276 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=427013

4. Нигматов, З. Г. Инклюзивное образование: история, теория, технология / З. Г. Нигматов, Д. З. Ахметова, Т. А. Челнокова ; Институт экономики, управления и права (г. Казань), Кафедра теоретической и инклюзивной педагогики. – Казань : Познание (Институт ЭУП), 2014. – 220 с. : табл. – (Педагогика, психология и технологии инклюзивного образования). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257842

5. Основы волонтерской деятельности : учебное пособие : [16+] / С. Л. Балова, И. А. Безденежных, Е. Водолеева и др. ; под ред. И. А. Фирсовой, Р. К. Крайневой ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2020. – 215 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612085

6. Основы психокоррекционной работы с обучающимися с ОВЗ : учебное пособие : [16+] / Л. М. Крыжановская, О. Л. Гончарова, К. С. Кручинова, А. А. Махова. – Москва : Владос, 2018. – 377 с. : табл. – (Инклюзивное образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=486114

7. Подольская, О. А. Тьюторское сопровождение лиц с ограниченными возможностями здоровья в условиях инклюзивного образования : учебное пособие : [16+] / О. А. Подольская, И. В. Яковлева. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 79 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500388

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети

«Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Электронная библиотека	https://biblioclub.ru
2.	Сайт Министерства образования РФ	www.edu.ru
3.	Педагогическая библиотека	http://www.pedlib.ru
4.	Сайт Министерства здравоохранения РФ	https://minzdrav.gov.ru/
5.	Научная электронная библиотека elibrary.ru библиотека	https://elibrary.ru/defaultx.asp
6.	Федеральная электронная медицинская библиотека Минздрава России	http://www.femb.ru/feml/ http://feml.scsml.rssi.ru
7.	Medline (PubMed, USA), англоязычная текстовая база данных медицинских и биологических публикаций	https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/
8.	Электронная база «Российские научные медицинские журналы»	https://rnmj.ru/
9.	Med-Edu.ru медицинский видеопортал	http://www.med-edu.ru/
10.	DoctorSPB.ru информационно-справочный портал о медицине	http://doctorspb.ru/
11.	Univadis.ru международународный медицинский портал	http://www.univadis.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Дискуссия (модуль 1)	10 – работа сдана в указанные сроки, обозначена тема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, сформулированы выводы, раскрыта тема лекции, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению; 9-5 – основные требования к конспекту выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в изложении; не выдержан объём лекции; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы по теме лекции даны неполные ответы; 4-2 – основные требования к лекции выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем лекции выдержан менее чем на 50%, имеются упущения в оформлении.

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		1 – тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание темы, допущены грубейшие ошибки в оформлении работы.
2.	Дискуссия (модули 2,3)	15 –11 работа сдана в указанные сроки, обозначена тема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, сформулированы выводы, раскрыта тема лекции, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению; 10 –6 основные требования к конспекту выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в изложении; не выдержан объём лекции; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы по теме лекции даны неполные ответы; 5-2 – основные требования к лекции выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем лекции выдержан менее чем на 50%, имеются упущения в оформлении. 1 – тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание темы, допущены грубейшие ошибки в оформлении работы.
3.	Тестовые задания	20-15 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 14-10 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 9-0 – менее 50% правильных ответов.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Примерные темы для дискуссии

Модуль 1. «Инклюзия как принцип социальной и профессиональной деятельности»

Тема дискуссии: «Барьеры и риски в реализации социальной и профессиональной инклюзии»

Вопросы для обсуждения:

1. Что препятствует на современном этапе включению инвалидов с социальную жизнь и профессиональную деятельность?
2. Насколько возможна полная интеграция лиц с инвалидностью в социальную и профессиональную сферы?
3. Какие существуют риски и ограничения в процессе интеграции инвалидов в профессиональную сферу?

Модуль 2. «Организационные аспекты инклюзивного взаимодействия»

Тема дискуссии «Этические аспекты взаимодействия в профессиональной сфере»

Вопросы для обсуждения:

1. Все ли специалисты умеют взаимодействовать с коллегами, имеющими инвалидность?
2. Каковы пути формирования инклюзивной культуры организации?
3. Какие коммуникативные табу должны соблюдать сотрудники при общении с лицами, имеющими инвалидность?

Модуль 3. «Инклюзивные практики в социальной и профессиональной сферах»

Тема дискуссии «Проблемы трудоустройства лиц с инвалидностью»

Вопросы для обсуждения:

1. Почему на современном этапе мало людей с инвалидностью, желающих трудоустроиться?
2. Как мотивировать лиц с инвалидностью к профессиональной деятельности?
3. Каково отношение работодателей к сотрудникам с инвалидность?

Примерные тестовые задания

1. Основным условием признания гражданина инвалидом является …
   a) необходимость осуществления мер социальной защиты, включая реабилитацию.
   b) ограничение жизнедеятельности
   c) нарушение здоровья со стойким расстройством функций организма, обусловленное заболеваниями, последствиями травм или дефектами

2. Определение в установленном порядке потребностей освидетельствуемого лица в мерах социальной защиты, включая реабилитацию, на основе оценки ограничений жизнедеятельности, вызванных стойким расстройством функций организма – это …
   a) медицинский консилиум
   b) медико-социальная экспертиза
   c) психолого-медико-педагогическая комиссия

3. Материальная помощь государства, предусмотренная для отдельных категорий граждан с целью их социальной поддержки и компенсации в случае отказа от набора бесплатных услуг – это …
   a) пенсия по инвалидности
   b) ежемесячная денежная выплата
   c) пенсия по старости

4. Совместное обучение лиц с ОВЗ и их нормально развивающихся сверстников называется …
   a) интеграция

b) инклюзия
c) индивидуализация

5. Положительная динамика отношения общества и государства к лицам с инвалидностью проявляется в …
a) реализации всех социальных гарантий, предусмотренных законом для лиц с инвалидностью
b) включении лиц с инвалидностью в различные сферы деятельности: образовательную, досуговую, спортивную, трудовую и др.
c) инклюзивном образовании лиц с инвалидностью
d) санаторно-курортном лечении лиц с инвалидностью
e) лечебно-оздоровительном мероприятии для лиц с инвалидностью
f) профессиональной переподготовке лиц с инвалидностью

6. К медико-биологическим причинам роста инвалидности относят:
a) некачественное оказание медицинской помощи
b) нерегулярность прохождения осмотров у специалистов
c) изменения в возрастной структуре населения в сторону его старения
d) неблагоприятные условия труда женщин и мужчин
e) плохие жилищные условия и низкий материальный достаток семьи

7. К социально-психологическим причинам роста инвалидности относят: … семейное неблагополучие
a) психологически неблагоприятные условия труда
b) неграмотность в вопросах здоровьесбережения
c) некачественное оказание медицинской помощи
d) ухудшение экологической обстановки
e) белково-витаминный дефицит
f) неиспользование своих прав на получение того или иного вида льгот, пособий

8. К социально-средовым причинам роста инвалидности относятся: …
a) стрессогенность современной жизни
b) ухудшение экологической обстановки
c) неблагоприятные и опасные условия труда на предприятиях
d) некачественное оказание медицинской помощи
e) наследственно-обусловленные болезни
f) неграмотность в вопросах здоровьесбережения
g) нерегулярность прохождения осмотров у специалистов

9. К экономико-правовым причинам роста инвалидности относятся: …
a) низкий материальный достаток семьи
b) незнание или неиспользование своих прав на получение льгот и пособий
c) плохие жилищные условия
d) наследственно-обусловленные болезни
e) ухудшение экологической обстановки

f) стрессогенность современной жизни
g) нерегулярность прохождения осмотров у специалистов

10. Социальная интеграция должна быть обеспечена …
a) только детям с нарушениями развития в дошкольном возрасте
b) всем без исключения лицам с инвалидностью
c) только детям, обучающимся в специальных учреждениях

11. Выделяют такие основные виды слепоты, как …
Выберите два ответа из 4 предложенных, перенесите правильные ответы в поле для ответа
a) временная
b) врожденная
c) социальная
d) приобретенная

12. По сохранности остаточного зрения выделяют … слепоту
a) частичную
b) тотальную
c) всеобщую
d) практическую

13. Зрительная гимнастика – это …
a) развитие процессов компенсации, исправление и восстановление нарушенных функций, сглаживание недостатков познавательной деятельности
b) комплекс офтальмологических упражнений, способствующих снятию зрительного напряжения, укреплению глазных мышц и улучшающих кровоснабжение и обменные процессы в глазах
c) комплекс профилактических мероприятий и правил, направленных на сохранение и укрепление зрительной функции, а также здоровья органов зрения

14. Гигиена зрения – это …
a) развитие процессов компенсации, исправление и восстановление нарушенных функций, сглаживание недостатков познавательной деятельности
b) комплекс офтальмологических упражнений, способствующих снятию зрительного напряжения, укреплению глазных мышц и улучшающих кровоснабжение и обменные процессы в глазах
c) комплекс профилактических мероприятий и правил, направленных на сохранение и укрепление зрительной функции, а также здоровья органов зрения

15. Специалист, осуществляющий учебные, реабилитационные и воспитательные мероприятия с лицами, которые имеют нарушения зрения, – это …

a) логопед
b) сурдопедагог
c) тифлопедагог
d) олигофренопедагог

16. Шрифт Брайля – это …

a) рельефно-точечный тактильный шрифт, предназначенный для письма и чтения незрячими и плохо видящим людям
b) средства активного приспособления индивида к условиям социальной среды
c) устройство, преобразующие звуковой сигнал в тактильный сигнал

17. К устройствам для обучения незрячих и слабовидящих (тифлотехнические средства) относят …

a) кохлеарный имплант
b) клавиатура с увеличенными буквами и светящимися кнопкам
c) читающая машина
d) слуховой аппарат
e) электронная лупа
f) световой сигнализатор дверного звонка

18. Тифлотехнические средства реабилитации для слепых и слабовидящих – это …

a) средства активного приспособления индивида к условиям социальной среды
b) совокупность специальных средств и приспособлений, позволяющих осуществлять компенсацию выраженных нарушений функций органа зрения и способствующих активному приспособлению человека к окружающей среде
c) средства, предназначенные для плавного перехода пострадавшего человека из лежачего положения в вертикальное

19. Установите соответствие тифлотехнического средства и его определения

a) Читающая машина
b) Электронная лупа
а) аппарат, который объединяет функции сканера, увеличителя и голосового устройства
б) телевизионный увеличитель, который проецирует изображение бумажных документов на экран монитора

20. С помощью шрифта Брайля … ноты

a) можно только читать
b) можно читать и записывать

c) можно только записывать
d) нет возможности читать или записывать

21. В эпоху Античности по отношению к особым детям было распространено …

a) детоубийство (инфантицид)
b) воспитание особых детей в монастырях
c) воспитание особых детей в семье

22. На Руси существовало особое отношение к людям с инвалидностью, их называли …

a) убогие
b) лица, имеющие инвалидность
c) блаженные
d) лица с ограниченными возможностями здоровья

23. Внимание к личности особого ребёнка, изучение социальных аспектов его жизни началось с …

a) Викторианской эпохи
b) Колониальной эпохи
c) Средних веков

24. Деятельность доктора Дауна относится к периоду ….

a) Викторианской эпохи *(правильный ответ)*
b) Эпохи всеобщего благоденствия
c) Колониальной эпохи

25. Эпоха всеобщего благоденствия наиболее ярко представлена в …

a) странах Азии
b) Скандинавских странах
c) странах Африки

26. … родители особых детей объединяются в ассоциации и распространятся профессиональное родительство

a) в викторианскую эпоху
b) в эпоху всеобщего благоденствия
c) на современном этапе

27. Основные идеи и положения, задающие вектор развития теории инклюзивного образования и инклюзивной практики – это …

a) принципы
b) ценности
c) реализация

28. Согласно принципу …, в центре образовательного процесса и педагогической деятельности находится целостная личность человека в неразделимом единстве его физической, умственной и душевной организации

a) добровольности
b) индивидуализации
c) приоритетного права выбора родителей
d) диалогизации общения

29. Согласно принципу …, разделение целей, содержания, методов и средств обеспечивает личностно-ориентированное обучение, соответствующее особенностям развития обучающегося

a) добровольности
b) индивидуализации
c) приоритетного права выбора родителей
d) дифференциации

30. Согласно принципу …, должно быть максимальное участие каждого отдельного учащегося в общей коллективной деятельности

a) добровольности
b) индивидуализации
c) приоритетного права выбора родителей
d) коллективизма

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Инклюзивные технологии в социальной и профессиональной деятельности» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-12 баллов Задание 2: 0-44 баллов Задание 3: 0-44 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **-менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Перечень вопросов к экзамену

Задания 1 типа

Теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения, обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними:

1. Инклюзивное образование в России и за рубежом: история, реалии и перспективы
2. Принципы инклюзивного образования. Общая характеристики. Привести примеры.
3. Исторические и социокультурные предпосылки для перехода к инклюзивному образованию.
4. Реализация инклюзивного образования в США.
5. Реализация инклюзивного образования в Испании, Франции.
6. Реализация инклюзивного образования в Англии, Германии.
7. Реализация инклюзивного образования в Белоруссии.
8. Реализация инклюзивного образования Украине, Казахстане.
9. Реализация инклюзивного образования в Республике Татарстан.
10. Российская и региональная нормативно - правовая база развития вариативных форм специального образования детей с ОВЗ.

11. Региональные системы обучения и социализации детей с ограниченными возможностями здоровья в инклюзивном образовательном пространстве.

12. Особенности профессионального взаимодействия с лицами, имеющими особенности здоровья

13. Условия, обеспечивающие специальные образовательные потребности детей с ОВЗ в условиях инклюзивного обучения.

14. Психолого - педагогическое сопровождение людей с нарушением слуха.

15. Психолого - педагогическое сопровождение людей с нарушением зрения.

16. Психолого - педагогическое сопровождение людей с ЗПР.

17. Психолого - педагогическое сопровождение людей с интеллектуальным недоразвитием.

18. Психолого - педагогическое сопровождение людей с нарушением опорно – двигательного аппарата.

19. Психолого - педагогическое сопровождение людей с расстройствами аутистического спектра.

20. Психолого - педагогическое сопровождение людей с СДВГ в процессе инклюзивного образования.

21. Организация тьюторского сопровождения инклюзивной практики.

22. Психологическое сопровождение родителей, воспитывающих детей с ОВЗ, в условиях инклюзивного образования.

23. Междисциплинарное взаимодействие специалистов в организации психолого-педагогического сопровождения особого ребенка.

24. Нормативно - правовое обеспечение инклюзивного образования лиц с ОВЗ в России.

25. Деятельность специалиста по инклюзии (координатор) в образовательном учреждении.

Задания 2 типа

Задание на выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности.

Задание 1.

Подготовьте доклад на 1-2 и более листов о жизненном пути великого (известного) человека с ОВЗ и инвалидностью (ученого, художника, музыканта, политика, спортсмена и т.п.). Отразите в нем автобиографические сведения, вклад этого лица в область его деятельности, опишите имеющееся отклонение в здоровье.

Задание 2.

Назовите принципы инклюзивного образования, обозначенные в Саламакской декларации, их отражение в Российском законодательстве.

Задание 3.

Изучите и проанализируйте употребление понятий и специальных терминов для обозначения категории лиц с психофизическими отклонениями в

нормативно-правовых и научных источниках, художественной литературе и публикациях в СМИ в разных странах.

Дайте характеристику самых употребляемых понятий и соотнесите их с действующей моделью инвалидности в этих странах.

Задание 4.

Проведите контент-анализ научных публикаций, произведений художественной литературы, выступлений и публикаций в СМИ. Подсчитайте частоту употребляемых терминов для обозначения лиц с ОВЗ и инвалидностью. Опишите влияние встретившихся терминов на восприятие обществом данной категории лиц.

Задание 5.

Изучите и дайте характеристику процессу включения лиц с ОВЗ и инвалидностью систему образования в разных странах мира. Проанализируйте преимущества и недостатки в реализации внедрения инклюзии в общество.

Задание 6.

Изучите веб-страницы для лиц с ОВЗ и инвалидностью на сайтах учреждений социальной защиты и образовательных организаций (детский сад, общеобразовательные организации, организации профессионального образования (СПО, ВПО). Составьте на их основе описание условий, имеющихся в учреждениях и организациях для лиц с ОВЗ и инвалидностью. Укажите для каких категорий созданы условия. Отметьте недостатки в организации доступной среды в рассмотренных учреждениях и организациях.

Задание 7.

Разработайте план и содержание инклюзивного взаимодействия для молодых людей с ментальной инвалидностью

Задание 8.

Разработайте план и содержание инклюзивного взаимодействия с представителями старшего поколения.

Задание 9.

Разработайте план и содержание инклюзивного взаимодействия с детьми и подростками, испытывающих трудности в социальной адаптации и интеграции.

Задание 10.

Обзор моделей инклюзивного и интегрированного образования детей с особыми образовательными потребностями, реализуемых в странах СНГ.

Задание 11.

Обзор моделей инклюзивного образования в Армении, на Украине, в Великобритании, США и других странах Европы.

Задание 12.

Определите цели, содержание и способы работы команды специалистов инклюзивного образовательного учреждения

Задание 13.

Выделите противоречия и риски инклюзивного образования и обозначьте пути их разрешения.

Задание 14.

Профессионально-личностные качества, специфические функции и задачи

профессиональной деятельности специалистов, участвующих в реализации инклюзивного взаимодействия

Задания 3 типа

Задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

1. Выберите правильный ответ: Инклюзия представляет собой:

А) форму сотрудничества;

Б) частный случай интеграции;

В) стиль поведения.

2. Выберите правильный ответ: Различают два вида интеграции:

А) внутреннюю и внешнюю,

Б) пассивную и творческую,

В) образовательную и социальную.

3. Выберите правильный ответ: Инклюзия, то есть «включённое образование», предусматривающее включение ребёнка с ОВЗ в одну образовательную среду с нормально развивающимися сверстниками - это:

19

А) групповая интеграция,

Б) образовательная интеграция,

В) коммуникация.

4. Выберите правильный ответ: Социальная интеграция должна быть обеспечена:

А) всем без исключения детям с нарушениями в развитии,

Б) только детям с нарушениями развития в младшем школьном возрасте,

В) детям, обучающимся только в специальных учреждениях.

5. Выберите правильный ответ: Впервые теоретическое обоснование интегрированного обучения было в трудах отечественного учёного:

А) А.Н, Леонтьева,

Б) С.Л Рубинштейна,

В) Л.С. Выготского.

6. Выберите правильный ответ: Первой страной в сфере внедрения в педагогическую практику Инте (инклюзивного) образования стала:

А) Великобритания,

Б) Россия,

В) Франция.

7. Выберите правильный ответ: В 70-е г.г. XX в. в странах Европы отмечаются первые прецеденты, закрытия коррекционных учреждений, из-за:

А) отсутствия детей с ОВЗ,

Б) перевода детей с ОВЗ в детские сады и школы общего типа,

В) обучения детей с ОВЗ на дому.

8. Выберите правильный ответ: В России первый экспериментальный опыт совместного обучения детей и нарушенным развитием появляется в:

А) 60-ые г.г. XX в.,

Б) 90-ые г.г. XX .,

В) 70-ые г.г. XX в.

9. Выберите правильный ответ: В России в первом экспериментальном опыте совместного обучения детей с нормальным и нарушенным развитием принимали участие дети дошкольного возраста с нарушением:

А) зрительного анализатора,

Б) интеллекта,

В) слухового анализатора.

10. Выберите правильный ответ: Впервые принципы инклюзивного образования на международном уровне были зафиксированы:

А) в Саламанкской декларации

Б) в Джомтьенской Конвенции

В) в Конвенции о правах инвалидов

11. Выберите правильный ответ: Социальная интеграция должна быть обеспечена:

А) всем без исключения детям с нарушениями в развитии,

Б) только детям с нарушениями развития в младшем школьном возрасте,

В) детям, обучающимся только в специальных учреждениях.

12. Двусторонний процесс, который предусматривает совместные усилия как со стороны ребенка, так и со стороны среды, в которую он входит

А) реабилитация;

Б) инклюзия;

В) интеграция;

Г) абилитация.

13 Нарушение индивидуального развития - это:

А) дефективность;

Б) дизонтогенез;

В) органический дефект;

Г) депривация.

9 Компенсация-это:

А) восполнение утраченной функций;

Б) замещение поврежденных органов;

В) восполнение и замещение функций, недоразвитых, нарушенных или утраченных вследствие дефекта развития;

Г) отсутствие функциональной деятельности организма.

10. К экзогенным факторам, приводящим к нарушениям психофизического развития, относят:

А) наследственные заболевания;

Б) инфекционные болезни;

В) генетические отклонения;

Г) родовые травмы.

11. Какие группы нарушений психического развития выделяют по времени возникновения отклонений?

А) врожденные;

Б) биологические;

В) приобретенные;

Г) социальные;

12. Какие группы нарушений психического развития выделяют по степени

обратимости возникающих отклонений?

А) необратимые;

Б) частично обратимые;

В) наследственные;

Г) практически обратимые;

13. Определение какого нарушения приводится ниже: «Частичное нарушение процесса письма, проявляющееся в стойких, повторяющихся ошибках, обусловленных несформированностью высших психических функций, участвующих в процессе письма»._____

14. Для какого вида нарушений развития характерны следующие симптомы: нарушение мышечного тонуса, ограничение или невозможность произвольных движений, наличие насильственных движений, нарушения равновесия и координации движений, нарушение ощущений движения тела или его частей, недостаточное развитие статокинетических рефлексов? _____

15. Определение какого понятия приведено ниже: «Стойкое снижение познавательной деятельности вследствие органического поражения ЦНС»?

А) задержка психического развития;

Б) умственная отсталость;

В) олигофрения;

Г) органическая деменция

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «Финансовая грамотность»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4
III. Тематический план.....5
IV. Содержание дисциплины.....6
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....8
VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....14
VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....14

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Цифровая экономика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от № 963 от 12.08.2020.

Дисциплина «Финансовая грамотность» ориентирована на получение обучающимися знаний о современных финансовых рынках, особенностях их функционирования и регулирования, о возможностях в сфере управления личными финансами.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование базовых основ экономического мышления и финансового поведения, необходимых для ориентации и социальной адаптации обучающихся к экономической жизни в общества.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать понимание механизма и принципов функционирования финансовых рынков, а также понимание прав и возможностей индивида в финансовой сфере;
- научиться находить требуемую финансовую информацию, анализировать ее на полученном уровне подготовки и использовать для принятия необходимых финансовых решений;
- сформировать знания, умения и практический опыт постановки тактических и стратегических целей при управлении личными финансами;
- научиться применять в практической деятельности основные финансовые инструменты и продукты в целях управления личными финансами;
- сформировать навыки решения практических финансовых задач при подборе альтернативных вариантов достижения целей управления личными финансами.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**		
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт
Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10	УК-10.2 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	знает методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей; финансовые инструменты для управления личными финансами	умеет решать типичные задачи в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на всех этапах жизненного цикла индивида, как экономического агента	имеет практический опыт личного экономического и финансового планирования, составления личного бюджета для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической		
Очная форма											
Тема 1. Деньги как основа финансов	2			2						5	Ситуационный практикум/10
Тема 2. Личные финансы	2							2		5	Дидактическая игра/10
Тема 3. Банковская система и ее роль в управлении доходами и расходами семьи	2					2				5	Защита отчета по Лабораторному практикуму /10
Тема 4. Инвестиции как возможность роста доходов семьи	4					2				5	Защита отчета по Лабораторному практикуму /10
Тема 5. Фондовый рынок: его значение для увеличения личных доходов. Риски в мире финансов.	4		4							5	Практикум по решению задач/10
Тема 6 Пенсионная система и страхование	2		7							4	Практикум по решению задач/10
Тема 7. Налоговая система и налоги	3									5	
Всего:	**19**		**11**	**2**		**4**		**2**		**34**	**100 (60+40)**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах) /сем	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Деньги как основа финансов.

Происхождение денег. Сущность денег как экономической категории. Функции денег, их эволюция и современное проявление. Виды современных денег, их свойства и характеристика. Мировые деньги: их сущность и виды. Современные мировые деньги. Полноценные и неполноценные деньги. Кредитные деньги, их сущность и особенности. Виды кредитных денег: векселя, банкноты, чеки, электронные деньги. Роль денег в цифровой экономике. Политика государства в денежной сфере и ее влияние на личные финансы.

Тема 2. Личные финансы.

Доходы домохозяйств, источники и виды семейных доходов. Номинальные и реальные доходы. Особенности доходов отдельных групп населения. Потребности человека и соотношение потребностей и желаний. Основные статьи расходов семьи. Личные финансы и личный бюджет: личные активы и пассивы. Цели и возможности личного финансового планирования. Личный финансовый план: его виды, соотношение потребностей и желаний. Вредные финансовые привычки. Финансовые оценки и контроль личных расходов. Инструменты контроля личных расходов. Личные финансовые консультанты. Защита прав потребителей при продаже товара, выполнении работ, оказании услуг. Виды ответственности за нарушение прав потребителей. Способы защиты и восстановления нарушенных финансовых прав потребителей. Финансовое поведение во время кризиса.

Тема 3. Банковская система и ее роль в управлении доходами и расходами семьи.

Банковская система и ее участники. Коммерческие банки и их функции. Проценты. Банковские карты. Цели и виды сбережений. Виды депозитов и их преимущества и недостатки. Условия открытия вклада. Способы начисления процентов по депозитам. Простые и сложные проценты. Номинальный и реальный проценты. Государственная система страхования вкладов. Валюта, валютный курс и валютные счета. Драгоценные металлы как способ сохранности сбережений. Критерии надежности банка. Система страхования вкладов.

Кредиты: сущность и основные принципы. Виды и характеристики кредитных продуктов. Кредитный договор. Кредитная история. Кредитная карта. Кредитный лимит. Проценты по кредиту. Скрытые проценты. Ипотека, потребительское кредитование, автокредитование. Критерии выбора банка для кредитования. Проблемы выплаты кредита. Рефинансирование кредита.

Тема 4. Инвестиции как возможность роста доходов семьи.

Инвестиции и инвестирование. Виды инвесторов на рынке. Виды и цели инвестиций. Стратегия инвестирования. Инвестиционный портфель, инвестиционные продукты, диверсификация инвестиционного портфеля, доходность, срок инвестирования, сумма инвестирования. Инвестиции в ценные бумаги: возможности и риски. Расчет доходности инвестиций. Сравнение доходности и риска вариантов инвестирования в различные инвестиционные продукты. Закон «О защите прав инвесторов на рынке ценных бумаг».

Тема 5. Фондовый рынок: его значение для увеличения личных доходов. Риски в мире финансов.

Фондовый рынок и его функции. Профессиональные участники рынка ценных бумаг: брокер, дилер, паевой инвестиционный фонд, общий фонд банковского управления. Виды ценных бумаг: акции, облигации коммерческие и государственные, векселя, паи, производные ценные бумаги. Депозитные сертификаты. Риски и преимущества различных видов ценных бумаг. Особенности российского рынка ценных бумаг. Риски в мире финансов.

Тема 6. Пенсионная система и страхование

Пенсионная система: ее цели и типы. Сущность и виды пенсий. Способы финансового обеспечения в старости, основания получения пенсии по старости. Пенсионный возраст, трудовой стаж, время выхода на пенсию, размер заработной платы («белая» и «серая» зарплата). Программы пенсионного обеспечения в РФ. Государственное и негосударственное пенсионное обеспечение. Критерии выбора управляющей компании и негосударственного пенсионного фонда. Риски формирования пенсионных накоплений.

Страховой рынок: его цели, участники и особенности функционирования. Ведущие страховые компании в России. Обязательное и добровольное страхование. Имущественное страхование. Личное страхование. Страхование личной ответственности. Виды страховых продуктов на российском рынке. Страховая сумма, страховая стоимость страховой случай, страховая выплата, страховая премия, франшиза. Особенности выбора страховой компании. Действия при наступлении страхового случая.

Тема 7. Налоговая система и налоги

Налоги как источник доходов государственного бюджета. Налоговая система: функции и принципы. Виды налогов: прямые и косвенные (НДС, акцизы, таможенные пошлины, налог с продаж), аккордные и подоходные. Объекты и субъекты налогообложения. Ставки налогообложения. Налоги на доходы физических лиц: виды и

ставки в РФ. ИНН. Налоговая декларация. Налоговые вычеты. Права и обязанности налогоплательщика. Налоговый кодекс РФ.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, ситуационный практикум, лабораторный практикум, практикум по решению задач, дидактическая игра, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач.

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с

рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические рекомендации по выполнению ситуационных практикумов.

Ситуационные практикумы (кейс-метод, кейс-стади, метод конкретных ситуаций, метод ситуационного анализа) — техника обучения, использующая описание реальных экономических, социальных и др. ситуаций.

Ситуационные практикумы задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе выполнения ситуационного практикума обучающиеся должны проанализировать конкретную ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейс-задания базируются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Обучающимся предлагают осмыслить реальную жизненную ситуацию, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Порядок проведения ситуационного практикума:

1. *Этап погружения в совместную деятельность.* Текст практикума может быть выдан обучающимся до занятия для самостоятельного изучения и подготовки ответов на вопросы. В начале занятия проявляется знание обучающимися материала и заинтересованность в обсуждении. Выделяется основная проблема, лежащая в основе практикума, и она соотносится с соответствующим разделом курса.

2. *Этап организации совместной деятельности по решению проблемы.* Деятельность может быть организована в малых группах или индивидуально.

В случае групповой работы, обучающиеся распределяются по временным малым группам для коллективной подготовки ответов на вопросы в течение определенного преподавателем времени. В каждой малой группе идет сопоставление индивидуальных ответов, их доработка, выработка единой позиции, которая оформляется для презентации. В каждой группе выбирается или назначается «спикер», который будет представлять решение. Спикеры представляют решение группы и отвечают на вопросы.

Выступления должны содержать анализ ситуации с использованием соответствующих методов из теоретического курса; оценивается, как содержательная сторона решения, так и техника презентации, и эффективность использования технических средств. Преподаватель организует и направляет общую дискуссию, затем завершает дискуссию, анализируя процесс обсуждения ситуации и работы всех групп, рассказывает и комментирует действительное развитие событий, подводит итоги.

Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Порядок проведения практикума.

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума (при необходимости).

Выполнение заданий практикума.

Подготовка отчета о выполненных заданиях в соответствии с требованиями.

Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии (при необходимости).

Требования к оформлению результатов практикумов (отчет)

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

Методические указания для обучающихся по подготовке к дидактической игре

Дидактическая игра - совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала.

Если команда своевременно и правильно назвала все требуемые определения она получает максимальное количество баллов.

Баллы определяются пропорционально очкам, набранным командой в ходе игры.

Для подготовки к игре необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Деньги как основа финансов	Происхождение денег. Сущность денег как экономической категории. Функции денег, их эволюция и современное проявление. Виды современных денег, их свойства и характеристика. Мировые деньги: их сущность и виды. Современные мировые деньги. Полноценные и неполноценные деньги. Кредитные деньги, их сущность и особенности. Виды кредитных денег: векселя, банкноты, чеки, электронные деньги. Роль денег в цифровой экономике. Политика государства в денежной сфере и ее влияние на личные финансы.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму	Ситуационный практикум
Тема 2. Личные финансы	Доходы домохозяйств, источники и виды семейных доходов. Номинальные и реальные доходы. Личные финансы и личный бюджет: личные активы и пассивы. Личный финансовый план: его виды, соотношение потребностей и желаний. Финансовые оценки и контроль личных расходов. Личные финансовые консультанты.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к дидактической игре	Дидактическая игра
Тема 3. Банковская система и ее роль в управлении доходами и расходами семьи	Банковская система и ее участники. Коммерческие банки, их функции. Банковские карты. Цели и виды сбережений. Способы начисления процентов по	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно -	Подготовка к защите задания по Лабораторному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	депозитам. Простые и сложные проценты. Номинальный и реальный проценты.Система страхования вкладов. Валюта, валютный курс и валютные счета. Драгоценные металлы как способ сохранности сбережений. Кредиты: сущность и виды, характеристики кредитных продуктов.	коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму	
Тема 4. Инвестиции как возможность роста доходов семьи	Инвестиции и инвестирование. Стратегия инвестирования. Инвестиционный портфель, инвестиционные продукты, диверсификация инвестиционного портфеля, доходность, срок инвестирования, сумма инвестирования. Инвестиции в ценные бумаги: возможности и риски. Расчет доходности инвестиций.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите задания по Лабораторному практикуму
Тема 5. Фондовый рынок: его значение для увеличения личных доходов. Риски в мире финансов.	Фондовый рынок и его функции. Профессиональные участники рынка ценных бумаг: брокер, дилер, паевой инвестиционный фонд, общий фонд банковского управления. Виды ценных бумаг: акции, облигации коммерческие и государственные, векселя, паи, производные ценные бумаги. Депозитные сертификаты. Риски и преимущества различных видов ценных бумаг. Особенности российского рынка ценных бумаг. Риски в мире финансов.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач	Решение задач
Тема 6. Пенсионная система и страхование	Пенсионная система: ее цели и типы. Сущность и виды пенсий. Способы финансового обеспечения в старости. Государственное и негосударственное пенсионное обеспечение. Выбор управляющей компании и негосударственного пенсионного фонда. Страховой рынок: его цели, участники и	Работа с литературой, включая ЭБС, ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по	Решение задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	особенности функционирования. Ведущие страховые компании в России. Виды страхования и страховых продуктов на российском рынке. Страховая сумма, страховая стоимость страховой случай, страховая выплата, страховая премия, франшиза. Особенности выбора страховой компании. Действия при наступлении страхового случая.	решению задач	
Тема 7. Налоговая система и налоги	Налоги как источник доходов государственного бюджета. Налоговая система: функции и принципы. Виды налогов: прямые и косвенные (НДС, акцизы, таможенные пошлины, налог с продаж), аккордные и подоходные. Объекты и субъекты налогообложения. Ставки налогообложения. Налоги на доходы физических лиц: виды и ставки в РФ. ИНН. Налоговая декларация. Налоговые вычеты. Права и обязанности налогоплательщика. Налоговый кодекс РФ.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач	Решение задач

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Финансовая грамотность: учебник: Ю.Р. Туманян, О.А. Ищенко-Падукова, А.Н. Козлов и др.; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. –212с. – Режим доступа: URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=61218

2. Зеленцова, А.В. Повышение финансовой грамотности населения: международный опыт и российская практика / А.В. Зеленцова, Е.А. Блискавка, Д.Н. Демидов. – М.: КНОРУС, 2012. – 112 с. – (Библиотека Центра Исследований Платежных Систем и Расчетов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209619

Дополнительная литература:

1. Гид по финансовой грамотности: практическое пособие : М.: КНОРУС: ЦИПСиР, 2010. – 449 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=209465
2. Рынок ценных бумаг: учебное пособие : А.В. Золкина, А.А. Панасюк, А.Ю. Анисимов, И.А. Кокорев; Институт мировых цивилизаций. – М.: Институт мировых цивилизаций, 2019. – 84 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598477
3. Фондовый рынок: курс для начинающих / науч. ред. А. Ильин ; пер. с англ. В. Ионова. – 3-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 278 с. – (Reuters для финансистов). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=85846
4. Ермаков, Д.Н. Современное пенсионное обеспечение в Российской Федерации: учебное пособие / Д.Н. Ермаков, С.А. Хмелевская. – 2-е изд., стер. – М.: Дашков и К°, 2019. – 397 с. - (Учебные издания для магистров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573218
5. Мудрак, А.В. Деньги. Кредит. Банки. Ценные бумаги: учебное пособие / А.В. Мудрак; науч. ред. Л.А. Нефедова. – 2-е изд., стер. – М.: ФЛИНТА, 2017. – 231 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115102
6. Хонован, П. Финансовые услуги для всех?: Стратегии и проблемы расширения доступа :П. Хонован, Б. Торстен, А. Демиргюч-Кунт ; ред. М. Савина ; пер. И. Шафикова. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 307 с. – (Библиотека Всемирного банка). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=288781

Нормативные и законодательные документы

1. Распоряжение Правительства РФ от 25.09.2017 N 2039-р «Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской Федерации на 2017 - 2023 годы».

2. Федеральный закон "О кредитных историях" от 30.12.2004 N 218-ФЗ (последняя редакция).

3. Федеральный закон "О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг" от 05.03.1999 N 46-ФЗ (последняя редакция)

Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Министерство экономического развития РФ	http://www.economy.gov.ru/
2.	Министерство финансов РФ	http://www.minfin.ru/ru/
3.	Федеральная налоговая служба РФ	http://www.nalog.ru
4.	Налоговый кодекс РФ	https://www.cia.gov/cia/publications/factbook/index.html
5.	Московская биржа	https://www.moex.com/
6.	Экспертная группа по финансовому просвещению при Федеральной службе по финансовым рынкам России	http://www.fingramota.org/
7.	«Финграмота.com» – официальный сайт Союза заемщиков и вкладчиков России.	https://www.fingramota.com/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/).

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	Отчет по практикуму 10-9 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 8-6– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 5 - 1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.

		0 - практикум не выполнен.
2.	Ситуационный практикум	10-6 - Активное участие в процессе, выступление логично и аргументировано 5-1 - Участие в процессе в определенной роли, выступление в основном логично, недостаточная аргументация
3.	Дидактическая игра	10 – 8 – команда своевременно и правильно произвела все необходимые вычисления, представила отчет и ответила на вопросы; 7 - 5 команда своевременно и частично правильно произвела все необходимые вычисления, представила отчет и ответила на большую часть вопросов; 4 – 0 – команда не успела вовремя произвести необходимые расчеты.
4.	Лабораторный практикум	10-8 – работа выполнена в срок, самостоятельно, в соответствии с требуемым алгоритмом, использованы необходимые фактические и статистические данные, сделаны требуемые выводы и заключение, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы. 7-5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, в соответствии с требуемым алгоритмом, в основном использованы необходимые фактические и статистические данные, сделаны требуемые выводы и заключение, в основном аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы. 4-2– работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, в соответствии с требуемым алгоритмом, преимущественно использованы необходимые фактические и статистические данные, сделаны основные выводы и заключение, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, выводы и заключение сделаны частично, слабо аргументированы.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к ситуационным практикумам:

Задание 1. Представьте, что вы владелец успешного ресторана, который пользуется большой популярностью в городе. Однажды вечером вы услышали новость о том, что по результатам торгов на Московской бирже курс доллара вырос и, скорее все□го, тенденция к повышению продолжится и дальше.

Вопросы:

1. Чем эта новость может грозить вашему бизнесу?
2. Что вы можете предложить в такой ситуации для снижения

негативных последствий для своего бизнеса?

3. Как вы поступите?

Задание 2. Зайдите на сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» и найдите рэнкинг (список) крупнейших российских банков (http://raexpert.ru/ratings/bank/monthly/).

Изучите сайты пяти крупнейших банков по величине активов и начните заполнять таблицу. Затем зайдите на сайты банков, которые занимают 401—405-е места в рейтинге, и заполните таблицу полностью. Какие выводы вы можете сделать по результатам выполнения задания?

Задание 3. Вы с друзьями создали мобильную кофейню, которая реализует кофе с автомобиля, и это позволяет вам продавать кофе в наиболее популярных местах города. Бизнес идёт очень успешно, и вы торгуете кофе уже на трёх автомобилях в разных частях города. Покупатели пишут хвалебные отзывы на ваших страницах в социальных сетях и считают, что вы продаёте очень качественный кофе по доступной цене. Кофе вы покупаете оптом с московского склада, но поскольку хра□нить большие запасы негде, вы делаете закупки каждую не□делю. Однажды вы услышали по телевизору новости о том, что в Бразилии, вследствие страшного урагана в текущем году, урожай кофе будет минимальным и на мировой рынок не поступит.

Вопросы:

1. Опасна ли для вас данная новость?
2. Как может отразиться данная новость в отдалённом будущем на отзывах о вашей компании в социальных сетях?
3. Что необходимо предпринять, чтобы минимизировать отрицательный эффект от данной новости (если он если он есть?)

Задание 4. Приведите примеры мошенничеств в сети Интернет, разделяя их по типам.

Тип 1. Мошенничество без умысла (безграмотность).

Тип 2. Профессиональное мошенничество с умыслом

Тип 3. Взломщики

Тип 4. Мошенничество с использованием фейков

Типовые задания к лабораторным практикумам

Лабораторный практикум по теме «Банковская система и ее роль в управлении доходами и расходами семьи»

Изучите материал на сайтах:

1. Рейтинговое агентства «Эксперт РА http://raexpert.ru/ratings/bank/monthly
2. Сбер-экосистема https://www.sberbank.com/ru/eco
3. Тинькофф Банк официальный сайт https://www.tinkoff.ru

4. Банк ВТБ https://www.vtb.ru/

Задания:

1. Зайдите на сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» и найдите рэнкинг крупнейших банков России. Посетите сайты трёх любых банков из этого списка. Найдите на их сайтах депозитный калькулятор и определите, какой банк позволит вам разместить ваши сбережения на наиболее выгодных условиях. Результат анализа предложений по депозитным вкладам представьте в табличной форме.
2. Проведите сравнительный анализ стратегии развития экосистем Сбербанка и Тинькофф Банка. Результат представьте в табличной форме.
3. Зайдите на сайт рейтингового агентства «Эксперт РА» и найдите рэнкинг крупнейших банков России. На сайтах крупнейших банков по величине активов найдите стоимость 1 грамма золота. Затем зайдите на сайты банков, которые занимают 301—305-е места в рейтинге, и заполните таблицу, сравнивая цену и условия операций с золотом. Какие выводы вы можете сделать по результатам выполнения задания?

Лабораторный практикум по теме «Инвестиции как возможность роста доходов семьи»

Изучите материал на сайтах:

1. https://internetboss.ru/strategii-investirovaniya/
2. Московская биржа https://www.moex.com/
3. http://www.cbr.ru/finmarket/supervision/ Центральный банк России
4. Тинькофф Банк официальный сайт https://www.tinkoff.ru
5. http://besuccess.ru/spisok-finansovyx-piramid-2015

Задания:

1.Рассмотрите линейку инвестиционных продуктов, которые предлагает своим клиентам Тинькофф-инвестиции. Выберите наиболее привлекательные, обоснуйте свой выбор. Результат представьте в табличной форме и сделайте выводы.

2. Зайдите на сайт Центрального банка России по следующей ссылке: http://www.cbr.ru/finmarket/supervision/ (раздел «Субъекты рынка коллективных инвестиций»).

Найдите на странице документ «Реестр лицензий управляющих компаний инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов». Откройте этот документ, выберите в нём любые три управляющие компании, зайдите на их сайты и определите, какова величина надбавки при покупке паёв ПИФов под их управлением.

3. Зайдите на сайт Московской биржи, выберите из списка брокеров,

которые имеют право осуществлять операции на фондовом рынке, любые три организации, изучите информацию, которую они предоставляют на сайте, и занесите сведения о них в таблицу.

Показатель	Брокер 1	Брокер 2	Брокер 3
Наименование			
Сайт			
Документы, оформляемые для брокерского обслуживания физического лица			
Стоимость брокерского обслуживания			

Выберите из таблицы брокера, услугами которого вы готовы воспользоваться. Объясните свой выбор.

4.На сайте http://besuccess.ru/spisok-finansovyx-piramid-2015 опубликован список действующих финансовых пирамид в 2016 г. Проведите анализ 2—3 компаний, представленных в рейтинге, на наличие признаков финансовой пирамиды. При анализе компаний необходимо пользоваться их официальными страницами (их электронные адреса указаны по вышеприведённой ссылке). Составьте краткий отчёт в виде таблицы.

Типовые задания к практикумам по решению задач

Задача 1. Определите, какую величину налога за истекший год должен заплатить гражданин, если: Гражданин после долгих поисков работы 1 марта текущего года наконец-то её нашёл. В первые два месяца заработная плата была установлена в размере 20 000 руб., далее она повысилась до 25 000 руб. в месяц. В декабре за высокие результаты труда гражданин получил премию в размере 10 000 руб. Кроме того, обучаясь в очной бюджетной аспирантуре, на протяжении года он получал стипендию в размере 3500 руб. в месяц. Ставка налога на доходы физических лиц составляет 13%

Задача 2. Определите, какую величину налога за истекший год должен заплатить гражданин, если: Гражданин с 27 ноября текущего года владеет земельным участком для целей личного подсобного хозяйства. Кадастровая стоимость земельного участка 100 000 руб. ставка земельного налога — 0,3%.

Задача 3. Определите, какую величину налога за истекший год должен заплатить гражданин, если: Гражданин в апреле текущего года приобрёл вёсельную лодку стоимостью 8000 руб., а в ноябре купил у соседа автомобиль стоимостью 300 000 руб. с двигателем мощностью 250 л. с., ставка транспортного налога установлена на уровне 75 руб. за 1 л. с.

Задача 4. Потребительский кредит на сумму 3000000 рублей открыт на два года по ставке 12,5 % годовых. Погашение кредита должно осуществляться равными взносами ежеквартально. Определите стоимость кредита, погашаемую сумму и размер ежеквартальных взносов.

Задача 5. Кредитная организация принимает вклады по простой ставке 5,4 % годовых. Определите сумму процентных денег на вклад 400 000 рублей, размещённый на 2 года.

Задача 6. Кредитная организация принимает вклады по простой ставке 4,8 % годовых. Определите сумму процентных денег на вклад 500 000 рублей, размещённый на год.

Задача 7. Акционерное общество зарегистрировало эмиссию 50 тыс. обыкновенных акций с номинальной стоимостью 3000 рублей, из которых 46 тысяч было продано акционерам, а 4 тысячи остались непроданными. Через некоторое время еще 1000 акций была выкуплена обществом у акционеров. По окончании отчетного года собранием акционеров принято решение о распределении в качестве дивидендов 4 млн. рублей прибыли. Определить сумму дивидендов на каждую акцию.

Задача 8. Определите конечную доходность от операции с облигацией номиналом 4000 руб., купленной с дисконтом 10%, если она была продана по номиналу через 4 года. Весь срок ее обращения составляет 6 лет, а купон 5 % годовых.

Задача 9. Определите доходность акции, если известно, что акция приобретена по номинальной стоимости 800 рублей при ставке дивиденда 25% годовых. Рыночная стоимость акции через год после выпуска составила 1200 рублей.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Финансовая грамотность» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя. Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов -90 и более (зачтено) – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. -70 и более (зачтено)– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. -50 и более (зачтено)– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. -Менее 50 (не зачтено)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Раскройте сущность доходов домохозяйств, их источники и виды семейных доходов.

2.Раскройте сущность личного финансового плана, его виды, соотношение потребностей и желаний. Как происходит планирование доходов?

3. Сущность и признаки классификации современных денег. Каковы в современных условиях функции денег, позволяющие их так называть?

4. Дайте характеристику целей и видов сбережений, способов начисления процентов по депозитам.

5. Раскройте экономическое содержание, принципы и формы кредита.

6.Охарактеризуйте экономическое содержание и виды ссудного процента.

7. Структура банковской системы РФ и роль ЦБ РФ в современной банковской системе.

8. Раскройте суть финансовой оценки и контроля личных расходов, роль личных финансовых консультантов.

9. Раскройте сущность налоговой системы: ее функции и принципы, виды налогов. Объекты и субъекты налогообложения.

10. Охарактеризуйте драгоценные металлы как способ сохранности сбережений. Почему покупка золота считается одним из надежных вложений денежных средств?

11. Ценные бумаги с фиксированным доходом: свойства и виды.

12. Раскройте особенности электронной торговли ценными бумагами (в том числе Интернет-трейдинга) с точки зрения ее преимуществ и недостатков.

13.Обыкновенные и привилегированные акции: отличия и сравнительные преимущества.

14. Эмитенты на рынке ценных бумаг и основные цели выпуска финансовых инструментов.

15. Раскройте преимущества листинга ценных бумаг на фондовой бирже для эмитентов и для потенциальных инвесторов.

16. Особенности деятельности брокеров, дилеров и управляющих.

17. Охарактеризуйте становление и развитие защиты прав потребителей в России

18. Охарактеризуйте сущность и отличительные черты ценной бумаги как финансового инструмента.

19. Охарактеризуйте сущность и виды налогов.

20. Ценные бумаги с фиксированным доходом: свойства и виды.

21. Раскройте сущность кредитной политики коммерческого банка.

22 Страховой рынок: его цели, участники и особенности функционирования. Ведущие страховые компании в России.

23. Охарактеризуйте налоги как источник доходов государственного бюджета.

24.Дайте характеристику налоговой системы, раскройте ее функции и принципы.

25. Охарактеризуйте экономическую сущность и роль фондового рынка, его участники.

25. Дайте характеристику государственного и негосударственного пенсионного обеспечения.

26. Раскройте понятие риска, чрезвычайных и кризисных жизненных ситуаций. Охарактеризуйте основные способы управления рисками.

27. Охарактеризуйте виды страхования и страховых продуктов на российском рынке.

28. Сравните доходность и риск вариантов инвестирования в различные инвестиционные продукты.

29. Охарактеризуйте налоги на доходы физических лиц: виды и ставки в РФ, ИНН и налоговую декларацию.

30. Раскройте сущность пенсионной системы: ее цели и виды пенсий.

Задания 2-го типа

1. С какими объективными причинами связана необходимость использования различных форм денег в настоящее время?

2. В чем состоит преимущество перехода от товарных денег к бумажным, а затем к электронным деньгам?

3. В чем состоят особенности электронных денег? Обоснуйте свою позицию.

4. Докажите, что современные виды денег имеют исключительно кредитную основу. Обоснуйте свою позицию.

5. В момент окончания срока обращения фьючерса его владелец, как и продавец, обязан совершить сделку. Согласны ли Вы с этим утверждением? Аргументируйте ответ.

6. Назовите критерии выбора управляющей компании и негосударственного пенсионного фонда. Обоснуйте свою позицию.

7. Охарактеризуйте современную систему рыночных процентных ставок в России. Какие факторы, по вашему мнению, оказывают негативное влияние на уровень процентных ставок в настоящее время?

8. Назовите отличия центрального банка от коммерческого банка. Может ли Банк России предоставлять кредиты, кому и на каких условиях?

9. Верно или ошибочно следующее утверждение: "Ценные бумаги с фиксированным доходом должны иметь заранее установленную схему выплаты по ним дивидендов"? Обоснуйте ответ.

10. Чем, по вашему мнению, обычно занимаются на рынке кредитные организации депозитного типа? Аргументируйте ответ.

11. Почему коммерческим банкам нужно соблюдать принципы кредитования? Аргументируйте ответ.

12. Верно или ошибочно следующее утверждение: "Ценные бумаги с фиксированным доходом должны иметь заранее установленную схему выплаты по ним дивидендов"? Обоснуйте ответ.

13. Охарактеризуйте факторы, влияющие на доходность ценных бумаг. Из чего складывается доход по ценным бумагам, в чем отличие дохода (отдачи) от ценных бумаг и их доходности?

14. Какие ценные бумаги дают вам право требовать обозначенную в них доходность от компании? Аргументируйте ответ.

15. У вас в собственности находятся обыкновенные акции, облигации и векселя одной компании. Какие ценные бумаги дают вам право участвовать в управлении компанией? Аргументируйте ответ.

16. Какие инвестиционные инструменты характеризуются незначительным финансовым риском? Аргументируйте ответ.

17. Какие инвестиционные инструменты характеризуются потенциально высокими рисками и возможностью получения высоких доходов? Ответ обоснуйте.

18. Если инвестор не обращает внимания на степень риска и

руководствуется лишь возможной высокой доходностью, то о какой инвестиционной стратегии идет речь? Аргументируйте ответ.

19. Назовите основные факторы, которые влияют на стоимость полиса имущественного страхования квартиры. Ответ обоснуйте.

20.Как оценить надёжности страховой компании? Аргументируйте ответ.

21. Негативная динамика рынка ценных бумаг может оказать отрицательное влияние на реальную стоимость накопительной пенсии, которая хранится в негосударственном пенсионном фонде. Согласны ли Вы с этим утверждением? Аргументируйте ответ.

22. Для повышения величины своей пенсии в будущем гражданину необходимо дома создать запас денежных средств и заключить договор ОСАГО со страховой компанией. Согласны ли Вы с этим утверждением? Аргументируйте ответ.

23. Назовите основные причины наличия негосударственных пенсионных фондов — аутсайдеров на рынке пенсионного обеспечения. Ответ обоснуйте.

24. В каком случае банки имеют право изменять размер процентной ставки, предусмотренной договором вклада, до истечения срока его действия? Аргументируйте ответ.

25. Какой из видов вкладов приносит своему владельцу наименьший доход? Ответ обоснуйте.

26. В чем особенности инвестирования в золото? При каком способе инвестирования в золото гражданин не несёт издержек в форме НДС? Аргументируйте ответ.

27. Проранжируйте инвестиции в золото по стоимости его приобретения от самой выгодной до самой невыгодной. Какой из способов инвестиций в золото вы бы предпочли? Объясните почему.

28. В чем суть инвестиционных стратегий? Если инвестор не может себе позволить убытки и объект его инвестиций — безрисковые или низкорисковые активы, то о какой инвестиционной стратегии идет речь. Аргументируйте ответ.

29. Компании-эмитенты для привлечения капитала могут выпускать различные ценные бумаги. В каких случаях и из каких соображений эмитенту выгоднее эмитировать акции, а когда и по каким причинам – облигации?

30. На рынке ценных бумаг получила развития практика составления и публикации кредитных рейтингов облигаций. Какую роль подобные рейтинги играют для эмитентов и для инвесторов?

Задания 3 типа

Задача 1. Банк выдал долгосрочный кредит в размере 7 млн. руб. на 4 года по годовой ставке сложных процентов 14% годовых. Кредит должен быть погашен единовременным платежом с процентами в конце

срока. Требуется определить:

1) погашаемую сумму
2) сумму полученных процентов.

Задача 2. Кредитная организация принимает вклады по простой ставке 12% годовых. Определите сумму процентных денег на вклад 12 000 рублей, размещённый на полгода.

Задача 3. Потребительский кредит на сумму 600 000 рублей открыт на три года по ставке 17% годовых. Погашение кредита должно осуществляться равными взносами ежемесячно. Определите стоимость кредита, погашаемую сумму и размер ежемесячных взносов.

Задача 4. Потребительский кредит на сумму 1 000 000 рублей открыт на пять лет по ставке 18% годовых. Погашение кредита должно осуществляться равными взносами ежемесячно. Определите стоимость кредита, погашаемую сумму и размер ежемесячных взносов.

Задача 5. Потребительский кредит на сумму 300 000 рублей открыт на два года по ставке 20% годовых. Погашение кредита должно осуществляться равными взносами ежеквартально. Определите стоимость кредита, погашаемую сумму и размер ежеквартальных взносов.

Задача 6. Кредитная организация принимает вклады по простой ставке 7% годовых. Определите сумму выплат процентных денег на вклад 100 000 рублей, размещённый на год.

Задача 7. Кредитная организация принимает вклады по простой ставке 5,8 % годовых. Определите сумму процентных денег на вклад 200 000 рублей, размещённый на 3 года.

Задача 8. Акционерное общество зарегистрировало эмиссию 30 тыс. обыкновенных акций с номинальной стоимостью 1000 рублей, из которых 26 тысяч было продано акционерам, а 4 тысячи остались непроданными. Через некоторое время еще 1000 акций была выкуплена обществом у акционеров. По окончании отчетного года собранием акционеров принято решение о распределении в качестве дивидендов 3 млн. рублей прибыли. Какая сумма дивиденда на каждую акцию может быть выплачена?

Задача 9. Определите конечную доходность от операции с облигацией номиналом 10000 руб., купленной с дисконтом 20%, если она была продана по номиналу через 3 года. Весь срок ее обращения составляет 5 лет, а купон 8 % годовых.

Задача 10. Определите доходность акции, если известно, что акция приобретена по номинальной стоимости 900 рублей при ставке дивиденда 30% годовых. Рыночная стоимость акции через год после выпуска составила 1800 рублей.

Задача 11. По акции номинальной стоимостью 100 000 рублей выплата дивидендов предусмотрена в размере 12% годовых. Рыночная стоимость акции ежегодно возрастает на 5% по отношению к номиналу. Определить доходность от продажи данной акции через 5 лет после приобретения, если покупная стоимость составила 105 000 рублей.

Задача 12. Облигация с номиналом 1000 рублей и сроком до погашения 1 год куплена на вторичном рынке с дисконтом 2%, а продана через 6 месяцев с премией 3%. Рассчитайте доход инвестора от данной инвестиции, если условиями выпуска облигации предусмотрены купонные выплаты по ставке 20% (выплачиваются 2 раза в год).

Задача 13. Организация использует общую систему налогообложения. За прошедший месяц ею реализована продукция на сумму 428 тыс. руб., в том числе НДС. Затраты на производство продукции составили 183 тыс. руб. Организация владеет имуществом стоимостью 140 тыс. руб. Рассчитайте налоги, которые должна уплатить организация при следующих налоговых ставках: налог на прибыль — 20%, НДС — 20%, налог на имущество организаций — 2%.

Задача 14. Определите, какую величину налога за истекший год должен заплатить гражданин, если: Гражданин с 3 сентября текущего года владеет земельным участком для целей личного подсобного хозяйства. Кадастровая стоимость земельного участка 400 000 руб. ставка земельного налога — 0,3%.

Задача 15. Определите, какую величину налога за истекший год должен заплатить гражданин Иванов, если: заработная плата была установлена в размере 56 000 руб. в месяц. В декабре за высокие результаты труда гражданин получил премию в размере 40 000 руб. Ставка налога на доходы физических лиц составляет 13%.

Задача 16. Определите, какую сумму страховых взносов должен заплатить работодатель в рамках обязательного пенсионного страхования, если совокупный размер годовой заработной платы работника в 2020 г. составил 980 000 руб.

Задача 17. Банк выдал долгосрочный кредит в размере 5 млн. руб. на пять лет по годовой ставке сложных процентов 20% годовых. Кредит должен быть погашен единовременным платежом с процентами в конце

срока. Требуется определить: 1) погашаемую сумму; 2) сумму полученных процентов.

Задача 18. Потребительский кредит на сумму 2000 000 рублей открыт на 5 лет по ставке 11,5 % годовых. Погашение кредита должно осуществляться равными взносами ежемесячно. Определите стоимость кредита, погашаемую сумму и размер ежемесячных взносов.

Задача 19.

Облигация номиналом 1000 рублей выпушена на срок 3 года. Ежегодно по ней выплачивается процентный доход по ставке 20 %. Облигация размещена с дисконтом 10 %. Рассчитать текущую, курсовую и полную доходность облигации за год.

Задача 20. Определить результат вложения 500000 руб. на 3 года путем открытия банковского вклада по ставке 4,7 % (сложные проценты)

Задача 21. Уставный капитал в 800000 руб. разделен на привилегированные акции (20 % Уставного капитала) и обыкновенные одной номинальной стоимости в 1000 руб. По привилегированным акциям дивиденд установлен в размере 14 % к номинальной стоимости. Какие дивиденды могут быть объявлены по обыкновенным акциям, если на совокупную выплату дивидендов совет директоров рекомендует направить 100 млн. руб. чистой прибыл

Задача 22. Акция номиналом 1000 руб. куплена по курсу 1250 руб. и по ней выплачивается дивиденд 50 % годовых. Определить текущую доходность инвестиционных средств.

Задача 23. Облигация номиналом 15000 рублей выпушена на срок 4 года. Ежегодно по ней выплачивается процентный доход по ставке 7,5%. Облигация размещена с дисконтом 15 %. Рассчитать текущую, курсовую и полную доходность облигации за год.

Задача 24. Определите, какую сумму страховых взносов во внебюджетные фонды должен заплатить работодатель в рамках обязательного пенсионного страхования, если совокупный размер годовой заработной платы работника в 2020 г. составил 1380 000 руб.

Задача 25. Определить наиболее выгодный вариант вложения 100000 руб. на 5 лет: 1) покупка облигаций номиналом 100 000 руб. и купоном 8 % годовых; 2) открытие банковского вклада по ставке 4,9% (сложные проценты).

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
_____
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «Индивидуальные траектории профессионального развития»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 4
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 6
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 8
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 10
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 16
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ 18

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Индивидуальные траектории профессионального развития» составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 963.

Объектом изучения выступают возможности профессиональной самореализации специалиста и процесс трудоустройства.

Дисциплина формирует целостное представление о возможностях оптимального использования в предлагаемых условиях личностных, физических и профессиональных ресурсов для выстраивания профессиональных траекторий и умение применять полученные знания на практике с учетом профессиональной специфики.

Знания по дисциплине «Индивидуальные траектории профессионального развития» могут использоваться любым человеком при планировании собственной профессиональной карьеры.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины: является приобретение студентами бакалавриата представлений о технологии трудоустройства, возможностях оптимального использования индивидуальных ресурсов для профессиональной самореализации, а также умений и навыков применения их на практике.

Задачи изучения дисциплины:

- овладение методами анализа индивидуального потенциала и использования личностных ресурсов для построения индивидуальных образовательных и профессиональных траекторий;
- освоение навыков планирования и реализации на практике индивидуальных образовательных и профессиональных траекторий.
- ознакомление с инструментами самопродвижения на рынке труда;
- изучение типов, видов, конфигураций карьер и факторов, обусловливающих построение успешной карьеры;
- формирование умения планировать карьеру и управлять ею.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципа образования в течение всей жизни	**УК-6**	***УК-6.1.*** анализирует индивидуальные ресурсы с целью построения траектории профессионального развития и реализует технологию самопродвижения на рынке труда	Методы анализа индивидуальных ресурсов с целью построения и реализации траекторий саморазвития Технологии развития личного бренда и самопродвижения на рынке труда	Анализировать индивидуальные ресурсы с целью разработки личной траектории профессионального развития. Создавать и развивать личный бренд с целью самопродвижения на рынке труда. Применять на практике технологии самопродвижения на рынке труда.	Анализа индивидуальных ресурсов и разработки личной траектории профессионального развития Планирования деятельности по развитию личного бренда Написания резюме и подготовки к собеседованию с работодателем	Контактная работа: Лекции Самостоятельная работа: Доклады Практические домашние задания Эссе
		УК-6.2. планирует и реализует траектории саморазвития на основе принципа образования в течение всей жизни с учетом	Содержание принципа образования в течение всей жизни Тенденции современного рынка труда и наиболее	Выявлять возможные для себя профессиональные траектории с учетом условий современного рынка и на	Определения возможных путей самопродвижения на рынке труда с учетом индивидуальных ресурсов и условий современного	Контактная работа: Лекции Самостоятельная работа: Доклады Практические домашние задания

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
		тенденций рынка	востребованные компетенции работников Виды профессиональных траекторий, реализуемых в условиях современного рынка и на основе данных "Атласа профессий"	основе данных "Атласа профессий"	рынка	Эссе

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ/балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер- класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая		
Очная форма										
Тема 1. Жизненные цели человека и индивидуальные траектории профессионального развития	4								12	Самостоятельная работа: Доклад /10 Практическое домашнее задание по теме 1/10
Тема 2. Профессиональная идентичность	4								12	Самостоятельная работа: Доклад /10 Практическое домашнее задание по теме 2 /10
Тема 3 Факторы корректировки индивидуальных профессиональных траекторий	4								12	Самостоятельная работа: Доклад /10 Практическое домашнее задание по теме 3/10
Тема 4. Технология эффективного трудоустройства	7								17	Самостоятельная работа: Эссе/20 Практическое домашнее задание по теме 4 №1/10 Самостоятельная работа: Эссе/20 Практическое домашнее задание по теме 4 №2/10
Всего:	**19**								**53**	**100**
Контроль, час										**Зачет**

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ/балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер- класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая		
Очная форма										
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**									

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Личная карьера и жизненные цели человека.

Особенности современного рынка труда и динамика изменений требований к специалистам. Конкуренция на рынке труда. Занятость и безработица.

Профессиональное развитие в VUCA-мире.

Компетентностный подход как инструмент для разработки образовательной профессиональной траектории. Компетенции и компетентность специалиста как факторы востребованности на рынке труда.

Понятие карьеры. Базовые элементы личной карьеры. Специфика личной карьеры. Виды карьеры и специфика их реализации.

Роль личностных особенностей в формировании карьерных и жизненных целей.

Основные направления самореализации: социальная, творческая, профессиональная. Этапы и условия самореализации.

Жизненный сценарий и управление карьерой. Процессы проявления карьерной активности с точки зрения психологической теории. Цель деятельности и жизненная цель. «Дерево целей».

Тема 2. Профессиональная идентичность.

Сущность профессиональной деятельности (по профилю подготовки). Сфера профессиональной деятельности (по профилю подготовки). Структура профессиональной деятельности (цели, содержание, средства, формы, методы, действия, условия, технологии и результат) (по профилю подготовки). Профессия и ее роль в современном обществе (по профилю подготовки). Спектр специальностей и специализаций, доступных выпускнику профессионального образования (по профилю подготовки). Основные функции профессии (по профилю подготовки).

Атлас профессий как ориентир для профессионального развития и «навигатор» на рынке труда.

Профессиональная идентичность, место профессии в личной карьере человека. Отношение к профессии. Формы занятости в профессии.

Тема 3. Теоретические основы и факторы динамики профессиональной карьеры

Конфигурации карьеры и типология моделей построения карьеры. Этапы развития карьеры в свете возрастных периодов жизни человека. Возможности реализации личной карьеры с точки зрения личностного становления и динамики жизненного пути.

Направленность личности и ее связь с мотивацией и подходами к построению профессиональной траектории. Виды направленности.

Мотивация карьерного поведения как результат взаимодействия потребностей и ресурсов личности. Мотивация карьерного поведения в зависимости от темперамента, характера, самопринятия, самооценки, самоуважения, уровня притязаний, локуса контроля. Типы карьерного поведения как результат сочетания личностных особенностей.

Стратегии управления карьерой. Тактики управления карьерой. Взаимосвязь избранной тактики управления карьерой и личностных качеств.

Тема 4. Технология эффективного трудоустройства.

Твердые и гибкие навыки (Hard- и soft-skills): их значение, классификация и способы формирования. Метакомпетенции современного профессионала. Социально-профессиональная мобильность личности. Личная конкурентоспособность и условия ее формирования.

Карьерное пространство и карьерная среда как контекст развития личной карьеры.

Технология самопродвижения и самопозиционирования на рынке труда. Проактивность и «Я-бренд».

Технологии трудоустройства. Реструктуризация профессиональной карьеры. Перепланирование и планирование личной карьеры.

Составление резюме. Составление портфолио. Написание мотивационных писем. Прохождение собеседований.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Индивидуальные траектории профессионального развития» используются такие виды учебной работы, как лекции, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

Методические указания для обучающихся по работе во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам, их целесообразно записывать. После окончания лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по ее теме.

Обучающимся предоставляется возможность копирования презентаций для самоподготовки и подготовки к зачету.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями,

научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Методические указания для обучающихся по выполнению практического домашнего задания

Практические задания используются для контроля факта приобретения обучающимися знаний и практических умений по соответствующей теме изучаемой дисциплины.

Выполнение практического задания осуществляется обучающимися в режиме самостоятельной (внеаудиторной) работы

Задание включает в себя 3 вопроса, для ответа на которые необходимо заполнить одну или несколько граф соответствующей таблицы. Пример практического задания по одной из тем курса имеется в разделе X настоящей Программы.

Выполненные домашние задания по всем темам курса размещаются обучающимся для проверки в ЭИОС Мегакампуса не позднее даты, указанной преподавателем на первом занятии. После проверки набранный за данное задание балл преподаватель размещает в ЭИОС Мегакампуса.

Методические указания для обучающихся по подготовке эссе

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать проблему, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по проблеме?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и ее анализ.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата,

впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале.

Требования по содержанию доклада:

- доклад должен отражать знания студентом теории соответствующего вопроса и в обязательном порядке иметь ссылки на использованную литературу;
- обязательным элементом доклада являются постраничные ссылки на источники как фактического, так и теоретического материала;
- доклад должны завершать обобщающие выводы, сделанные автором по результатам проведенного анализа.

Требования по оформлению доклада:

- доклад представляется на проверку в электронном виде со следующими параметрами: лист формат А 4, размер шрифта 14, межстрочный интервал 1,5; объем работы, включая приложения от 10 до 15 страниц указанного выше формата;
- на титульном листе (по произвольной форме) должны быть указаны ФИО автора и код учебной группы;
- в конце доклада необходимо привести список использованных источников в алфавитном порядке, представленный в виде библиографических записей в соответствии с требованиями ГОСТ.

Методические рекомендации для обучающихся по работе с литературой и Интернет – ресурсами

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет

значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Личная карьера и жизненные цели человека.	Компетентностный подход как инструмент для разработки образовательной профессиональной траектории. Компетенции и компетентность специалиста как факторы востребованности на рынке труда. Виды карьеры и специфика их реализации. Основные направления самореализации: социальная, творческая, профессиональная. Этапы и условия самореализации.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка доклада и оформление решения практического домашнего задания	Предоставление доклада и выполненного практического домашнего задания

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 2. Профессиональная идентичность.	Сущность профессиональной деятельности (по профилю подготовки). Сфера профессиональной деятельности (по профилю подготовки). Структура профессиональной деятельности (цели, содержание, средства, формы, методы, действия, условия, технологии и результат) (по профилю подготовки). Основные функции профессии (по профилю подготовки). Атлас профессий как ориентир для профессионального развития и «навигатор» на рынке труда.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка доклада и оформление решения практического домашнего задания	Предоставление доклада и выполненного практического домашнего задания
Тема 3 Теоретические основы и факторы динамики профессиональной карьеры.	Типы карьерного поведения как результат сочетания личностных особенностей. Тактики управления карьерой. Взаимосвязь избранной тактики управления карьерой и личностных качеств.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка доклада и оформление решения практического домашнего задания	Предоставление доклада и выполненного практического домашнего задания
Тема 4. Технология эффективного трудоустройства.	Карьерное пространство и карьерная среда как контекст развития личной карьеры. Технология самопродвижения и самопозиционирования на рынке труда. Проактивность и «Я-	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка эссе и оформление решения практического домашнего задания	Предоставление эссе и выполненного практического домашнего задания

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	бренд». Реструктуризация профессиональной карьеры. Перепланирование и планирование личной карьеры.		

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Алавердов А.Р. Управление человеческими ресурсами организации: учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2017. – 680с. – (Университетская серия).

Дополнительная литература:

1. Иванова С.В. Мотивация на 100%: а где же у него кнопка? / под ред. Е. Харитоновой. - 9-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. - 285 с. – режим доступа http://biblioclub.ru

2. Современные тенденции развития психологии труда и организационной психологии / отв. ред. Л.Г. Дикая, А.Л. Журавлев, А.Н. Занковский. – М.: Институт психологии РАН, 2015. - 712с. – режим доступа http://biblioclub.ru

3. Курс MBA поменеджменту=The Portable MBA in Management / науч. ред. А. Куницын; пер. с англ. А. Исаенко, А. Лисовский ; под ред. А.Р. Коэна. - 6-е изд. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 507 с. – режим доступа https://biblioclub.ru

4. Личная эффективность:10 лучших статей HarvardBusinessReview. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 217с. – режим доступа http://biblioclub.ru).

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Атлас новых профессий. Ваш	https://new.atlas100.ru/

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
	навигатор по рынку труда будущего	
2.	Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗв редакции от 05.10.2015	http://www.consultant.ru
1.	Молл Е. Современные тенденции управления карьерой	http://www.rb-edu.ru/library/articles/articles_508.html
2.	Торшина К., Пасс Ю. Карьера и мотивация	http://www.job-today.ru/issue/s09_99_1.htm
3.	Несмеева А. Гонка «вслепую» или езда без водителя?	http://nesmeeva.narod.ru/carieer/cariera1.htm
4.	Профессиональная карьера: планирование и реализация	https://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=10496
6.	Управление деловой карьерой	https://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=001096
7.	Технология управления карьерой	https://rabota.budet.ru/articles/detail.php?id=202460
8.	Румянцева З., Саломатин Н. Управление деловой карьерой в организации	https://emsu.ru/ms/view.asp?c=531&p=1
9.	Вишнякова М. Управление карьерой	https://www.career-st.ru/career_cruising/lib/11
10.	Могилевкин Е. Управление карьерой – процесс прогнозируемый и просчитываемый	https://www.rhr.ru/index/find/to_be/9369,0.html

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные

профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ № п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практическое домашнее задание	«8-10» – решение верно и хорошо обосновано; «5-7» – решение неверно по причине незначительных ошибок; «1-4» – в решении допущены грубые ошибки ИЛИ задание не решено
2.	Доклад	«10» – доклад выполнен в соответствии с требованиями, грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем; «8-9» – доклад выполнен в соответствии с требованиями, грамотное использование профессиональной терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, но объем доклада менее стандартного; «5-7» – доклад выполнен с незначительными нарушениями требований, грамотное использование профессиональной терминологии, не полное изложение рассматриваемых проблем; «3-4» – доклад выполнен с незначительными нарушениями требований, профессиональная терминология не использовалась, не полное изложение рассматриваемых проблем; «1-2» – доклад выполнен с нарушением базовых требований по содержанию и оформлению; «0» – доклад не сделан вообще или сделан не по существу вопроса, докладчик не смог ответить на вопросы преподавателя и обучающихся.
3.	Эссе	«18-20» – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с рекомендациями, существенных замечаний по оформлению нет; «15-17» – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с рекомендациями, есть замечания по оформлению; «10-14» – тема раскрыта не в полном объеме, замечаний по оформлению нет; «1-9» – тема раскрыта только частично, нарушены правила по оформлению; «0» – эссе не сделано либо полностью не соответствует теме.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые практические задания</u>

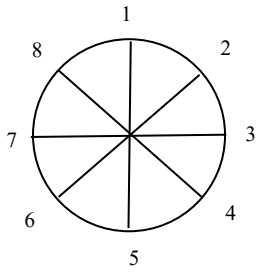
Практическое задание 1.

1. Определите, какие из перечисленных направлений развития компетенций Вы реализуете в собственной карьере.

2. Конкретизируйте свои компетенции в соответствии с категориями, представленными на рисунке 2, и проранжируйте их по

степени значимости для Вашей личной карьеры.

3. Нарисуйте «колесо компетенций» и отметьте на нем свои наиболее значимые компетенции (не менее 5 и не более 12), подписав их названия на рисунке.



4. Отметьте на «спицах» колеса степень проявленности ваших компетенций, взяв за основу 3-балльную шкалу: центр колеса соответствует минимальному (нулевому) уровню развития компетеции, окружность – максимальному (3 балла). Соедините отмеченные точки между собой, чтобы получить «профиль» компетенций.

5. Проанализируйте полученный «профиль» и обдумайте, какие из выявленных Вами компетенций являются Вашими особыми преимуществами в управлении карьерой.

5. Какие из компетенций усиливают или компенсируют друг друга?

6. Отметьте на рисунке линией другого цвета оптимальный «профиль», к которому Вам хотелось бы стремиться, чтобы построить успешную личную карьеру.

7. Сделайте вывод о «зоне ближайшего развития» своих компетенций.

Практическое задание 2.

1.Рассмотрите схему, представленную ниже:



2. Пользуясь профессиональными стандартами по своей специальности и дополнительными источниками, найдите ответы на вопросы, представленные в схеме и заполните таблицу.

Какова сфера Вашей профессиональной деятельности?	
Какова структура профессиональной деятельности? (цели, содержание, средства, формы, методы, технологии, условия, результаты)	
Каков спектр специальностей и специализаций в рамках данной области профессиональной деятельности?	
Каковы формы занятости в рамках данной профессии?	
Каковы функции и роль Вашей профессии в современном обществе?	
В чем суть Вашей профессии?	

Практическое задание 3

1. Составьте список своих жизненных целей, выделив из них те, которые имеют, по Вашему мнению, отношение к построению личной карьеры.

Проранжируйте их по срокам: краткосрочные (реализация до 1 года), среднесрочные (реализация в течение 1-3 лет), долгосрочные (реализация в течение 3-7 лет).

2. Сформулируйте генеральную цель, которой Вы хотели бы достичь через 20-25 лет

3. Постройте на листе бумаги «дерево» целей (см. рисунок 1). Напишите цели на отдельных стикерах и наклейте стикеры на рисунок, разместив ближе к «корням» краткосрочные цели, долгосрочные – ближе к вершине кроны, а генеральную цель – на самой верхушке.

Проанализируйте, как согласуются между собой обозначенные Вами цели. Есть ли цели-«соратники» (т.е. способствующие достижению друг друга)? Есть ли цели-«соперники» (препятствующие друг другу или даже взаимоисключающие)? Как можно снять противоречие?

Переместите стикеры таким образом, чтобы согласующиеся цели располагались на ближайших ветках, а противоречащие – на разных ветках и разных (по срокам) уровнях.

4. Замените стикеры записями на схеме, чтобы зафиксировать результат.

5. Выполните декомпозицию одной из целей, пользуясь схемой «дерева». Каждая цель должна быть разделена на задачи, каждая задача – на действия, с помощью которых она будет достигаться (не менее трех).

6. Обдумайте, какие препятствия и ограничения могут возникнуть на пути решения данных задач. Каким путем их можно преодолеть?

Какие важные для Вас ценности и принципы следует учесть при планировании? Как в связи с этим должны быть скорректированы возможные действия по решению поставленных задач?

7. Выберите наиболее допустимые и возможные для Вас варианты достижения цели.

8. Рассмотрите еще раз готовое «дерево» и сосредоточьтесь на внутренних ощущениях по поводу полученной схемы деятельности: какие эмоции и мысли она вызывает? Возникло ли желание что-то изменить или, напротив, поскорее продолжить действовать в направлении поставленных целей? Если да, то все выполнено верно. Если нет, вернитесь на несколько шагов ранее и найдите причину. Возможно, цель следует скорректировать.

9. Сконцентрируйтесь на конечном результате. Если все выполнено верно, то Вы сможете почувствовать, что мотивация в отношении цели повысилась.

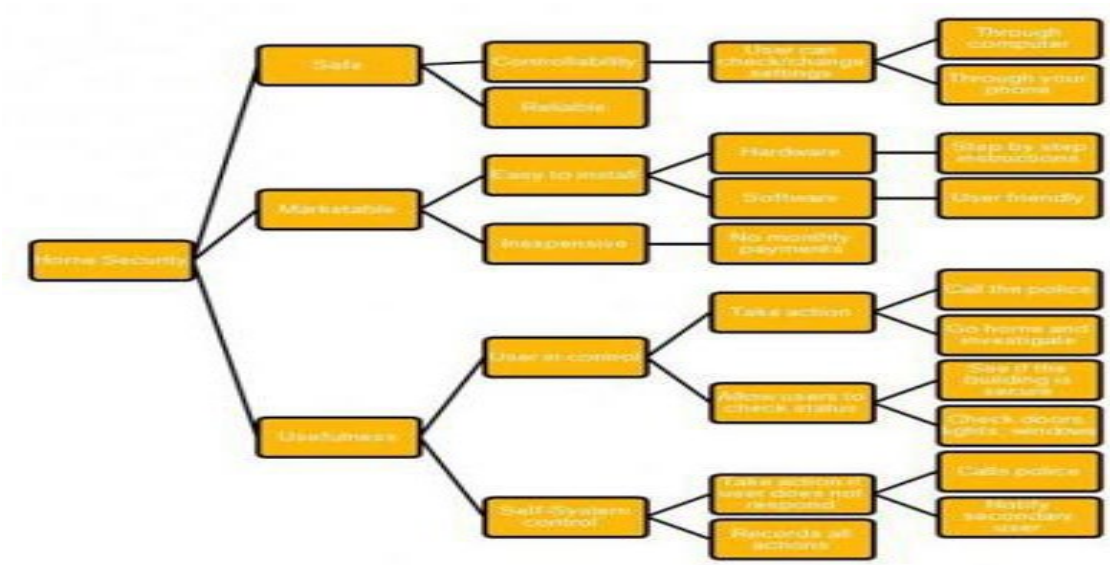


Рисунок 1. «Дерево» целей.

Практическое задание 4

1. Составьте список собственных убеждений, которыми Вы руководствуетесь по жизни:

- о построении карьеры;
- о финансах;
- об успешности/неуспешности;
- о себе и своих возможностях.

2. Отметьте в данном списке убеждения, являющиеся рациональными установками, по следующим критериям:

- данные убеждения неоднократно приводили к Вашему успеху;
- следование этим убеждениям комфортно для Вас;
- содержание этих убеждений регулярно подтверждается в Вашем опыте.

3. Оставшиеся иррациональные установки впишите в таблицу.

№	Иррациональная установка	Какие полезные функции выполняет	Чему препятствует	Обстоятельства, в которых убеждение не подтверждается	Рациональная установка, заменяющая иррациональную
1.					
…					

4. Заполните остальные ячейки таблицы, учитывая, что в основе любой иррациональной установки всегда есть позитивное намерение и опора на частные случаи опыта. В последней графе сформулируйте, на какую рациональную установку можно было б заменить устаревшее убеждение. Новая установка должна касаться того же аспекта, что и

прежняя, но реально способствовать Вашему успеху.

Практическое задание 5

1. Нарисуйте на большом листе бумаги два круга (один в другом). В эти круги Вы будете вносить Ваши ресурсы достижения успеха.

2. Проанализируйте свои наиболее характерные качества и основные компетенции, всегда помогающие Вам быть успешным. Внесите их во внутренний круг.

3. Впишите в наружный круг положительные качества, которые проявляются реже, но также способствуют достижению намеченных целей или помогают преодолеть трудности.

4. Внесите в левый столбец таблицы качества, которые, по Вашему мнению, препятствуют достижению успеха.

Мои ограничители успеха	Скрытые ресурсы	Мои новые возможности

5. Заполните второй столбец, внося в него положительные стороны Ваших недостатков по принципу «Наши недостатки есть продолжение наших достоинств». Например, тревожность позволяет быть чувствительным к возможной опасности, а нетерпеливость может иметь положительную сторону – готовность к действию и т.п.

6. Заполните третий столбец, сформулировав, какие возможности для развития открывает Вам данное качество. Например, тревожность потребует развития навыков управления стрессом, нетерпеливость станет поводом для развития выдержки и привычки придерживаться намеченного плана.

6. Внесите выявленные Вами скрытые ресурсы в наружный круг.

7. Сделайте Вывод о том, какие приоритетные направления развития следует наметить на ближайшее будущее и как можно скорректировать свои цели с учетом дополнительных выявленных ресурсов.

Типовая тематика докладов

Подготовьте доклад с презентацией по одному из перечисленных ниже вопросов:

1. Специфика построения карьеры в различных сферах деятельности (на примере двух профессиональных областей).
2. Критерии успешности карьеры в России и в Европейских странах.
3. Критерии успешности карьеры в России и в Японии (Корее/ Китае).
4. Карьерные тенденции на мировом рынке труда.

5. Рациональные и иррациональные установки в управлении личной карьерой: «маяки» или «рифы»?
6. «Золотой запас» личности как инвестиции в успешную карьеру.
7. Самооценка, самоуважение, уровень притязаний и успех в личной карьере (на примере одного из литературных или кино-персонажей).
8. Карьеризм: сильная или слабая сторона личности?
9. Анализ успешности жизненного пути литературного героя с точки зрения типа, вида и конфигурации его карьеры.
10. Объективные и субъективные обстоятельства, обусловливающие тип, вид и конфигурацию карьеры известного общественного деятеля (на конкретном примере).
11. Взаимообусловленность определенного типа, вида, конфигурации карьеры.
12. Сочетание карьер: возможности и угрозы.
13. Реализация активных и выжидательных карьерных тактик: преимущества и проблемы.
14. Агрессивные карьерные тактики в действии (на примерах современных представителей бизнеса и политики).
15. Свойства личности как основа выбора карьерной тактики.
16. Приемы делового взаимодействия руководителя с подчиненными на основе учета их карьерных тактик.

Типовая тематика эссе

1. Стратегический план моей личной карьеры.
2. Позиционирование моей карьеры и карьерных планов для работодателя.
3. Моя личная карьера двадцать лет спустя.
4. Мои «места силы» (области высокой самооценки и самоуважения), как ресурс для успешной карьеры.
5. Моя карьерная мотивация с точки зрения самооценки, уровня притязаний и локуса контроля.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Индивидуальные профессиональные траектории» проводится в форме зачета.

№	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

№	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
	себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов Студент, набравший в семестре не менее 50 баллов и претендующий на более высокий балл, вправе для этого ответить на третий вопрос билета. **«Зачтено»** **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **«Не зачтено»** **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Раскройте содержание понятия «мимолетная карьера».
2. Раскройте содержание понятия «спиральная карьера».
3. Раскройте содержание понятия «затухающая карьера».
4. Раскройте содержание понятия «стабилизационная карьера».
5. Раскройте содержание понятия «карьерные цели».
6. Раскройте содержание понятия «смысловые установки личности».
7. Раскройте содержание понятия «профессиональная самореализация».
8. Раскройте содержание понятия «мотивация карьерного

поведения».

9. Раскройте содержание понятия «типы карьерного поведения».

10. Раскройте содержание понятия «карьерная активность».

11. Раскройте содержание понятия «личная карьера» и охарактеризуйте его соотношение с понятием «деловая карьера».

12. Раскройте содержание понятия «личная конкурентоспособность» и охарактеризуйте ее факторы.

13. Раскройте содержание понятия «личная эффективность», охарактеризуйте составляющие личной эффективности.

14. Раскройте содержание понятия «Компетентностный подход».

15. Раскройте содержание понятия «VUCA-мир» и охарактеризуйте его связь с профессиональной карьерой современного специалиста.

16. Раскройте содержание понятия «удовлетворенность личной карьерой» и его связь с понятием «качество жизни».

17. Раскройте содержание понятия «hard-skills» и «soft-skills» и их соотношение с профессиональными траекториями.

18. Раскройте содержания понятия успех. Охарактеризуйте влияние на успех в личной карьере самооценки, уровня притязаний и локуса контроля.

19. Раскройте содержание понятия «ценностно-смысловые ориентации» и охарактеризуйте их роль в управлении личной карьерой.

20. Раскройте содержание понятия «жизненный сценарий» и его влияние на управление личной карьерой.

21. Раскройте содержание понятия «направленность личности» и его с вязь с особенностями личной карьеры.

22. Раскройте содержание понятия «способности» и специфику влияния способностей на личную карьеру.

23. Раскройте понятие мотивация личной карьеры.

24. Раскройте содержание понятия «профессиональное развитие» и его взаимосвязь с управлением личной карьерой.

25. Раскройте содержание понятия компетенции, охарактеризуйте виды компетенций.

Задания 2 типа

1. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность каждого из видов направленности и его роль в УЛК:

- ВЛЕЧЕНИЕ
- ЖЕЛАНИЕ

2. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность каждого из видов направленности и его роль в УЛК:

- СТРЕМЛЕНИЕ
- ИНТЕРЕС

3. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность каждого из видов направленности и его роль в УЛК:

- СКЛОННОСТЬ
- ИДЕАЛ

4. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность каждого из видов направленности и его роль в УЛК:

- МИРОВОЗЗРЕНИЕ
- УБЕЖДЕНИЕ

5. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Диагностика причин и источников неудовлетворенности карьерой (работой);
- Ревизия собственной профессиональной и личностной ценности

6. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Составление плана личной карьеры;
- Мониторинг рынка труда и составления списка потенциальных работодателей

7. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Выбор наиболее привлекательных работодателей;
- Подготовка к контакту с представителем работодателя

8. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Формирование имиджа соискателя;
- Встреча с HR- менеджером

9. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание этапов процесса самопродвижения;

- Диагностика причин и источников неудовлетворенности карьерой (работой);
- Ревизия собственной профессиональной и личностной ценности;
- Постоянный мониторинг предложений на рынке труда;
- Адаптация, карьерное и профессиональное продвижение в организации.

10. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) содержание следующих метапрограмм и их влияние на личную карьеру:

- Направленность на процесс и результат
- Направленность на отношения или на задачу
- Направленность на выигрыш или на бегство от опасности

11. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) базовые элементы личной карьеры и влияние каждого элемента на ее развитие. Личностное развитие; Духовное развитие; Развитие интересов(хобби);Развитие физических данных.

12. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям), как реализуется каждый из типов карьер:

- Суперавантюный
- Традиционный
- Отбывающий
- Эволюционный

13. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям), как реализуется каждый из типов карьер:

- Авантюрный
- Последовательно-кризисный
- Прагматичный

14. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям), как реализуется каждый из типов карьер:

- Суперавантюный
- Авантюрный
- Прагматичный
- Отбывающий

15. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям), как реализуется каждый из типов карьер:

- Традиционный
- Прагматичный
- Отбывающий

16. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) базовые элементы личной карьеры и влияние каждого элемента на ее развитие.

- Социализация
- Профессиональная самореализация
- Самореализация в семейных отношениях
- Самореализацич в дружеских отношениях

17. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность влияния на особенности личной карьеры трех форм направленности: профессиональной, эмоциональной

и когнитивной.

18. Определите (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) специфику карьерного самоопределения и развития для каждого из обладателей определенного типа темперамента.

- Холерик
- Сангвиник
- Флегматик
- Меланхолик

19. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) зависимость особенностей карьерного развития от уровня притязаний, локуса контроля и самооценки и их характерные проявления у следующих типов работников.

- Иллюзионист
- Мастер
- Коллекционер

20. Раскройте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) зависимость особенностей карьерного развития от уровня притязаний, локуса контроля и самооценки и их характерные проявления у следующих типов работников.

- Альпинист
- Узурпатор
- Муравей

21. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Павлин» -
- «Вольный ветер» -
- «Серая мышка» -

22. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Золушка» -
- «Дядя Федор»
- «Горный орел»

23. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Спящая красавица», -
- «Илья Муромец» -
- «Емеля» -

24. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Серая мышка» -
- «Пластилиновый человечек» -
- «Рак-отшельник» -

25. Охарактеризуйте (с примерами и отсылками к связанным теоретическим категориям) сущность перечисленных тактик карьерного продвижения

- «Горный орел»
- «Король Лев» -
- «Бульдозер»/ «кукушка»/ «акула»/ «удав»/ «волк в овечьей шкуре»

Задания 3 типа

1. Вспомните как соотносятся уровни развития личной карьеры и изменение ресурсов личности и заполните правый столбец.

УРОВНИ РАЗВИТИЯ ЛИЧНОЙ КАРЬЕРЫ	**ИЗМЕНЕНИЯ РЕСУРСОВ ЛИЧНОСТИ**
1.Уровень. Изменения в знаниях	
2.Уровень. Изменения в мотивации	
3.Уровень. Изменения в личном поведении	
4.Уровень. Изменения в отношениях с окружающими	

2. Вспомните сущность перечисленных компетенций, определите характер их влияния на личную карьеру. Заполните пустые столбцы таблицы.

Виды компетенций	Содержание	Влияние на личную карьеру
Общие		
Личностные		
Социально-психологические		
Психофизиологические		
профессиональные		
Физические		
особые		

3. Придумайте и запишите не менее трех объективных и не менее трех субъективных факторов, которые могут быть ограничителями успеха, ресурсами для реализации личной карьеры и возможностями, приобретаемыми в случае успеха в личной карьере.

Ограничители успеха		Ресурсы		Мои новые возможности	
Субъектив-ные	Объектив-ные	Субъектив-ные	Объектив-ные	Субъектив-ные	Объектив-ные

4. Определите по характеристикам тип карьеры и заполните первый столбец

Тип карьеры	Показатели сравнения			
	Скорость продвижения	**Последова-тельность занимаемых должностей**	**Перспективная ориентация**	**Ценностно-смысловые ориентации продвижения**
	Очень высокая.	Пропуск значительного числа ступеней.	Дальнейшее продвижение.	Различные.
	Достаточно высокая.	Пропуск 2 должностных уровней.	Различная.	Личные интересы (амбициозность; преданность делу или руководителю; новые впечатления.)
	Средний (определяется способностями и ресурсами человека)	Возможны пропуск 1 ступени или непродолжительное понижение.	Различая.	Различные.
	Определяется способностью к адаптации.	Определяется скоростью адаптации и соответствующими внешними обстоятельствами	Невозможность адаптации ориентирует на борьбу за сохранение занимаемой позиции.	Личные интересы, иногда совмещение с общественными интересами
	Довольно высокая.	Изменение сферы деятельности или организации.	На вышестоящие должности, но в пределах одного класса управления.	Личные интересы.
	Карьера завершена.		На борьбу за удержание должности.	Личные интересы.
	Достаточно высокая	Изменение сферы деятельности или реализация выдающейся идеи.		Различные
	Зависят от процесса развития организации.		На вышестоящие должности.	Совмещение общественных и личных интересов.

5. Вспомните возможности развития личной карьеры в соответствии с возрастной периодизацией Ш.Бюлер, заполните крайний столбец таблицы

Возраст	**Содержание возрастного периода**	**Возможности карьерного развития**
До 16-20 лет	Нет семьи, профессии.	
От 16-20 до 25-30 лет	Предварительное самоопределение, выбор супруга	
От 25-30	Зрелость: собственная семья, призвание,	

Возраст	Содержание возрастного периода	Возможности карьерного развития
до 45-50 лет	постановка конкретных жизненных целей и самореализация	
От 45-50 до 65-70 лет	Стареющий человек переживает трудный возраст душевного кризиса. В конце периода нет ни самоопределения, ни постановки жизненных целей	
После 65-70 лет	Старый человек теряет социальные связи. Бесцельное существование, обращенность к прошлому, пассивное ожидание смерти, самозавершенность	

6. Выделите и охарактеризуй элементы связанные с самореализацией и элементы, связанные с развитием в структуре личной карьеры, раскройте их роль, заполните таблицу

Элементы самореализации	Роль в структуре ЛК	Элементы развития	Роль в структуре ЛК

7. Проведите сравнительный анализ двух видов целей, приведите по 3 примера целей каждого вида, заполните пустующие ячейки таблицы.

Виды целей	Характеристики	Влияние на ЛК	Примеры
Цели жизни			
Цели деятельности			

8. Охарактеризуйте каждый из видов установок. Придумайте по три примера для каждого вида, связанных с профессиональной деятельностью. Заполните два правых столбца таблицы.

ВИДЫ УСТАНОВОК	ХАРАКТЕРИСТИКА УСТАНОВОК	ПРИМЕРЫ УСТАНОВОК
СМЫСЛОВЫЕ		
ЦЕЛЕВЫЕ		
ОПЕРАЦИОННЫЕ		

9. Вспомните типы карьер и заполните правую часть таблицы.

Классификационные признаки	Классификация карьер по соответствующему признаку
1. По отношению к организации:	
2.По отношению к месту в организационной иерархии:	
3. По признаку профессии, специальности	
. 4. По признаку времени пребывания на каждой ступени:	

10. Вспомните возможности развития личной карьеры в соответствии с возрастной перидизацией В.Ф.Моргуна, заполните

правый столбец

Возраст	Психологическое содержание возрастного периода	Содержание этапа развития личной карьеры
Юность (18-23 года)	Личностное и профессиональное самоопределение	
Молодость (24-30 лет)	Выработка индивидуальности, осознание нереальности юношеских мечтаний. Более конкретные представления о будущей жизни. Семья, переход к «оседлости». Специализация в выбранной профессии	
Переход к расцвету (около 30 лет)	Кризис, если недостаточно благополучно прошла эпоха самоопределения	
Расцвет (31-40 лет)	Время высокой работоспособности и отдачи. Время самосовершенствования.	
Переход к зрелости (около 40 лет)	Кризис, возможность личностных сдвигов.	
Зрелость (40-55 лет)	Вершина жизненного пути личности. Достижение профессионального мастерства.	
Кризис 50-55 лет	Осознание возрастных перестроек, начала физиологического старения, постановке новых целей	
Пожилой возраст (55-75 лет)	Продолжение творческой активности, передача накопленного жизненного опыта, общение.	

11. Вспомните, как соотносятся принципы А.С. Суворова и принципы управления карьерой, и заполните правую часть таблицы.

«Суворовские» принципы управления личной карьерой

Принципы А.В.Суворова	Принципы управления личной карьерой
Деятельность есть величайшее из всех достоинств.	
Побеждает тот, кто меньше себя жалеет.	
Ученье свет, а неученье - тьма. Необходимо непрерывное образование себя с помощью чтения.	
Ближайшая к действию цель лучше дальней.	
Время драгоценнее всего. Стоянием города не берут.	
Смотри на дело в целом.	
Ноша службы легка, когда дружно подымают ее многие.	

12. Определите, на каком этапе карьеры находится сотрудник, если известно, что он работает в организации 4 года. Раскройте особенности данного этапа и основные задачи, которые должны решаться в данный период.

13. Определите, на каком этапе карьеры находится сотрудник, если известно, что он работает в организации 8 лет. Раскройте особенности данного этапа и основные задачи, которые должны решаться в данный

период.

14. Определите, на каком этапе карьеры находится сотрудник, если известно, что он работает в организации 15 лет. Раскройте особенности данного этапа и основные задачи, которые должны решаться в данный период.

15. Определите, на каком этапе карьеры находится сотрудник, если известно, что он работает в организации 25 лет. Раскройте особенности данного этапа и основные задачи, которые должны решаться в данный период.

16. Сформулируйте цели карьерного продвижения для сотрудника в возрасте 25 лет.

17. Сформулируйте цели карьерного продвижения для сотрудника в возрасте 40 лет.

18. Сформулируйте цели карьерного продвижения для сотрудника в возрасте 50 лет.

19. Определите, при каких ведущих мотиваторах карьерное продвижение сотрудника будет успешным в условиях корпоративной организации.

20. Определите, при каких ведущих мотиваторах карьерное продвижение сотрудника будет успешным в условиях индивидуалистской организации.

21. Раскройте особенности организационно-психологических условий, благоприятных для карьерного роста сотрудника, ориентированного на профессиональное совершенствование.

22. Составьте план карьерного роста для сотрудника, ориентированного на профессиональную компетентность. Выделите оптимальные критерии карьерного успеха.

23. Составьте план карьерного роста для сотрудника, ориентированного на автономию (независимость). Выделите оптимальные критерии карьерного успеха.

24. Составьте план карьерного роста для сотрудника, ориентированного на стабильность. Выделите оптимальные критерии карьерного успеха.

25. Составьте план карьерного роста для сотрудника, ориентированного на предпринимательство. Выделите оптимальные критерии карьерного успеха.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Теория менеджмента»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине 3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 3

III. Тематический план 7

IV. Содержание дисциплины 9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 10

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 15

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 17

I. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Теория менеджмента» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Изучение дисциплины «Теория менеджмента» ориентировано на получение обучающимися знаний о менеджменте как отрасли науки и сфере профессиональной деятельности по управлению хозяйственными организациями. Объектом изучения в дисциплине является менеджмент как отрасль науки и сфера профессиональной деятельности по управлению хозяйственными организациями. Предметом изучения является совокупность базовых научных положений и наиболее общих практических методов менеджмента и теории организации.

Наряду с появлением новых форм и инструментов управления, сохраняется преемственность теоретических основ и большинства практических методов, разработанных в разные годы в разных странах мира. Поэтому профессиональное овладение практикой менеджмента в наши дни невозможно без глубокого и всестороннего изучения его теоретических основ.

Дисциплина «Теория менеджмента» формирует систему базовых представлений о содержании, специфике, принципах и инструментах профессиональной управленческой деятельности, а также развивает основные практические умения в сфере управления организациями.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины — формирование у обучающихся базовых представлений о содержании профессиональной управленческой деятельности и развитие основных практических умений в сфере общего менеджмента и теории организации.

Задачи дисциплины:

- изучение исторических предпосылок возникновения управленческой мысли и раскрытие сущности и содержания идей основных научных школ управления;
- раскрытие сущности и содержания основных понятий и категорий менеджмента и теории организации;
- освоение методологических основам менеджмента и теории организации;

- развитие первичных практических умений в сфере профессиональной управленческой и организационной деятельности;
- обеспечение возможности самостоятельного освоения методов и инструментов профессиональной управленческой и организационной деятельности.

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории.	**ОПК-1**	**ОПК-1.1** решает задачи управления на стратегическом, тактическом и оперативном уровне на основе понимания сущности функций и методов менеджмента, экономической теории и финансов организации.	основные понятия теории менеджмента; основные факторы внутренней и внешней среды организации; типы организационных полномочий; типовые организационные структуры управления; основные виды экономической деятельности, формы собственности и организационно-правовые формы организаций; принципы	классифицировать должностные позиции менеджеров по уровням управления в организации; обосновывать мотивы поведения сотрудников с использованием положений теории мотивации; анализировать эффективность лидерства в различных организационных ситуациях; анализировать достоинства и недостатки типовых организационных структур в зависимости от	разработки плана деятельности структурного подразделения организации; разработки контрольного мероприятия для структурного подразделения организации; разработки типовой должностной инструкции работникам структурного подразделения организации; анализа и оценки эффективности организационных коммуникаций на основе критериев качества организационной информации; диагностики организационной	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

			организации работы структурного подразделения предприятия.	вида экономической деятельности и других характеристик предприятия; классифицировать организационные коммуникации и направления коммуникационных потоков в организации.	культуры предприятия.	
Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории.	**ОПК-3**	**ОПК-3.2** решает задачи управления на стратегическом, тактическом и оперативном уровне на основе понимания сущности функций и методов менеджмента, экономической теории и финансов организации.	понятие жизненного цикла организации; сущность и содержание организационного развития и организационных изменений.	анализировать стадии жизненного цикла организации по их организационно-экономическим признакам.	анализа основных направлений организационных изменений на примере деятельности предприятий.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

III. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Понятие менеджмента	3	1	2							5	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6
Тема 2. История теории и практики управления	4	2	2							3	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6
Тема 3. Планирование деятельности организации	4	2	2							3	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6
Тема 4. Организация как объект управления	4	2	2							3	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6
Тема 5. Организационные коммуникации	4	2	2							3	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Тема 6. Управленческие решения и контроль	4	2	2							3	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6
Тема 7. Основы теории мотивации персонала	4	2	2							3	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6
Тема 8. Лидерство в менеджменте	4	2	2							3	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6
Тема 9. Организационная культура	4	2	2							3	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6
Тема 10. Организационные изменения	3	1	2							3	Семинар / 4 Практикум по решению задач / 6
Всего:	**38**	**18**	**20**							**32**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

IV. Содержание дисциплины

Тема. 1. Понятие менеджмента

Управление. Организация. Менеджмент. Менеджер. Уровни управления в организации. Основные виды менеджмента. Основные методы менеджмента. Содержание профессии менеджера. Основные функции управления: планирование, организация, мотивация, контроль, координация.

Тема. 2. История теории и практики управления

Классическое направление менеджмента. Школа научного менеджмента. Административная школа. Бюрократическая школа. Гуманитарное направление менеджмента. Школа человеческих отношений. Школа наук о поведении. Системный подход к менеджменту. Процессный подход к менеджменту. Ситуационный подход к менеджменту. Развитие теории управления в России.

Тема. 3. Планирование деятельности организации

Цели организации. Целеполагание. Прогнозирование. Планирование как функция управления. Основные виды планирования. Основы стратегического планирования. Тактическое планирование деятельности структурных подразделений организации.

Тема. 4. Организация как объект управления

Организация как объект управления. Предприятие. Миссия организации. Внутренняя среда организации. Организационная структура. Централизация и децентрализация управления. Типовые организационные структуры управления. Организационные полномочия. Внешняя среда организации. Понятие вида экономической деятельности. Основные формы собственности организаций. Коммерческие и некоммерческие организации. Основные организационно-правовые формы. Организация работы структурных подразделений предприятия.

Тема. 5. Организационные коммуникации

Коммуникация. Информация. Сообщение. SMCR-модель сообщения. Организационные коммуникации. Критерии качества организационной информации. Направления коммуникационных потоков в организации. Формы деловой коммуникации.

Тема. 6. Управленческие решения и контроль

Контроль как функция управления. Алгоритм управленческого контроля. Виды управленческого контроля. Управленческое решение. Классификация управленческих решений. Алгоритм разработки рационального управленческого решения. Методы коллективной разработки управленческих решений.

Тема. 7. Основы теории мотивации персонала

Потребность. Вознаграждение. Мотивация. Стимулирование. Теория иерархии потребностей Абрахама Маслоу. Двухфакторная теория Фредерика Герцберга. Теория ожидания Виктора Врума. Теория справедливости Стейси Адамса. Концепция трудовой мотивации В.И. Герчикова.

Тема. 8. Лидерство в менеджменте

Лидерство. Лидер. Личностный подход к лидерству. Личные качества лидера. Поведенческий подход к лидерству. Ситуационный подход к лидерству.

Тема. 9. Организационная культура

Организационная культура. Элементы и функции организационной культуры. Модель организационной культуры Кима Камерона и Роберта Куинна. Основы диагностики организационной культуры.

Тема. 10. Организационные изменения

Жизненный цикл организации. Модель жизненного цикла организации Ицхака Адизеса. Организационное развитие. Организационные изменения. Основные направления организационных изменений. Эффективность организационной структуры управления предприятием применительно к рыночным условиям хозяйствования.

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе преподавания дисциплины «Теория менеджмента» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, ситуационные практикумы, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику — необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач — выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Понятие менеджмента	Основные виды менеджмента. Содержание профессии менеджера.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 2. История теории и практики управления	Системный подход к менеджменту. Процессный подход к менеджменту. Ситуационный подход к менеджменту.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 3. Планирование деятельности организации	Прогнозирование. Основы стратегического планирования.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 4. Организация как	Внутренняя среда организации. Внешняя	Работа с литературой и	Конспект.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
объект управления	среда организации. Понятие вида экономической деятельности.	Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 5. Организационные коммуникации	SMCR-модель сообщения. Формы деловой коммуникации.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 6. Управленческие решения и контроль	Виды управленческого контроля. Методы коллективной разработки управленческих решений.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 7. Основы теории мотивации персонала	Потребность. Вознаграждение. Стимулирование.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 8. Лидерство в менеджменте	Ситуационный подход к лидерству.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 9. Организационная культура	Основы диагностики организационной культуры.	Работа с литературой и	Конспект. Выступление на семинаре.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
		Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Отчет по практикуму.
Тема 10. Организационные изменения	Эффективность организационной структуры управления предприятием применительно к рыночным условиям хозяйствования.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Михненко, П. А. Теория менеджмента: учебник / П. А. Михненко. – 4-е изд. перераб. и доп. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2019. – 520 с.

Дополнительная литература:

1. Адизес, И.К. Стили менеджмента — эффективные и неэффективные : практическое пособие : [16+] / И.К. Адизес. – 5-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 198 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

2. Баранников, А.Ф. Теория организации : учебник / А.Ф. Баранников. – Москва : Юнити, 2015. – 700 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

3. Блинов, А.О. Теория менеджмента : учебник / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 304 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

4. 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: https://biblioclub.ru/

5. Маслова, Е.Л. Менеджмент : учебник / Е.Л. Маслова. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 333 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

6. Менеджмент организации : учебник : [16+] / О.В. Баландина, А.Б. Вешкурова, Н.А. Копылова и др. ; под общ. ред. С.А. Шапиро. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 565 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1	Сайт «Корпоративный менеджмент».	https://www.cfin.ru/
2	Журнал «Управление компанией».	http://management.web-standart.net/
3	Журнал «Экономические стратегии».	http://www.inesnet.ru/es_magazine/
4	Центр дополнительного образования «Элитариум»	http://www.elitarium.ru/management/strategicheskij_menedzhment/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community

(Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Наименование оценочного средства Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл Критерии оценивания компетенции
1	Дискуссия	4 – аргументированное выступление, а также глубокие, корректные и уместные дополнения не менее чем по двум проблемам; уверенное владение терминологией по изучаемой теме; активное и продуктивное участие в обсуждении по большей части проблем; владение информацией, почерпнутой из дополнительных источников; 3 – аргументированное выступление; владение терминологией по изучаемой теме; активное участие в обсуждении других проблем; 2-1 – недостаточно аргументированное выступление по одной из проблем; уместные дополнения по одной-двум проблемам; 0 – полное отсутствие активности или попытка неаргументированного выступления (неуместного дополнения).
2	Практикум по решению задач	6-5 – задача решена полностью и корректно; использованы все необходимые методики и инструменты; сделан полный вывод с использованием профессиональной терминологии; 4-3 – задача решена полностью, но с незначительными ошибками; использованы не все необходимые методики и инструменты; сделан недостаточно полный вывод; 2-0 – задача решена не полностью или не решена;

№ п/п	Наименование оценочного средства Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл Критерии оценивания компетенции
		допущены критические ошибки; не использованы необходимые методики и инструменты; не сделан вывод или вывод не соответствует результатам решения задачи.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания для подготовки к семинарам

Семинар темы 1

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Понятия «менеджмент» и «менеджер», «организация», «хозяйственная организация».
2. Система менеджмента в организации. Уровни управления в организации.
3. Основные функции менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль, координация.
4. Основные методы менеджмента: экономические, административные, социально-психологические.
5. Основные виды менеджмента: организационный, стратегический, тактический, оперативный.
6. Отраслевая и функциональная специфика менеджмента.
7. Содержание профессии менеджера.
8. Основные компетенции менеджеров.
9. Основные права, обязанности, полномочия и ответственность менеджера.
10. Содержание должностных инструкций менеджеров разных уровней.
11. Роли менеджеров по модели Г. Минцберга.
12. Национальные особенности менеджмента (в Японии, США, Великобритании, Германии).

Семинар темы 2

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Исторические предпосылки возникновения управленческой мысли.
2. Понятие и классификация научных направлений и школы менеджмента.
3. Школы классического направления менеджмента.
4. Школы гуманитарного направления менеджмента.
5. Современные подходы к менеджменту.

6. Развитие управленческой мысли в России. А. К. Гастев. Н. А. Витке. В. М. Бехтерев.

Семинар темы 3

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Понятие целеполагания в организации. Требования, предъявляемые к целям организации.
2. Понятие, виды и основные задачи планирования деятельности организации.
3. Структура типового плана деятельности организации.
4. Внешняя среда организации: внешняя среда прямого воздействия и внешняя среда косвенного воздействия.
5. Понятие миссии организации. Примеры формулировок миссии организации.
6. Принципы эффективного планирования.

Семинар темы 4

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Принципы организационной деятельности.
2. Организационная структура фирмы.
3. Внутренняя среда организации.
4. Основные виды организационных полномочий.
5. Централизация и децентрализация управления.
6. Базовые типы организационных структур: линейная, функциональная, дивизиональная, матричная ОСУ.
7. Основные формы собственности организаций.
8. Основные организационно-правовые формы.

Семинар темы 5

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Понятие организационных коммуникаций.
2. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
3. Свойства организационной информации.
4. Сущность и направления коммуникационных потоков в организации: вертикальные (восходящие и нисходящие), горизонтальные, диагональные.

Семинар темы 6

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Понятие управленческого решения.
2. Классификация управленческих решений.
3. Этапы разработки рационального управленческого решения.
4. Основные методы коллективной разработки управленческих решений: мозговой штурм.
5. Основные методы коллективной разработки управленческих решений: метод Дельфи.

6. Основные методы коллективной разработки управленческих решений: метод экспертных оценок.

7. Понятие и алгоритм управленческого контроля.

8. Масштаб допустимых отклонений.

9. Виды управленческого контроля.

10. Принципы эффективного контроля.

11. Поведенческие аспекты контроля.

Семинар темы 7

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Основные понятия теории мотивации: потребность, вознаграждение, мотивация, стимулирование.

2. Содержательные теории мотивации.

3. «Теория иерархии потребностей» А. Маслоу.

4. «Двухфакторная теория» Ф. Герцберга.

5. Процессуальные теории мотивации.

6. «Теория ожидания» В. Врума.

7. «Теория справедливости» С. Адамса.

8. Типологическая концепция трудовой мотивации В. И. Герчикова.

Семинар темы 8

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Понятия «власть» и «влияние», «лидерство» и «лидер».

2. Формы власти и влияния менеджера.

3. Личностный, поведенческий и ситуационный подходы к лидерству.

4. Демократичное и автократичное лидерство.

5. Модели ситуационного лидерства.

6. Модель лидерства И. Адизеса.

Семинар темы 9

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Понятие организационной культуры.

2. Артефакт культуры.

3. Основные составляющие организационной культуры.

4. Функции организационной культуры.

5. Классификация организационных культур.

Семинар темы 10

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Жизненный цикл организации.

2. Модель ЖЦО Л. Грейнера.

3. Модель ЖЦО И. Адизеса.

4. Понятие организационных изменений.

5. Основные направления организационных изменений.

6. Модели организационных изменений.

<u>Типовые практикумы по решению задач</u>

Практикум по решению задач № 1 Тема 1. Понятие менеджмента.

Цель: практическое изучение основных функций менеджмента.

Обучаемым предлагается:

1. Привести примеры реализации каждой из функций в зависимости от специфики управленческой деятельности.

2. Перерисовать и заполнить следующую таблицу (см. пример):

Вид деятельности	Основные функции менеджмента				
	Планирование	Организация	Мотивация	Контроль	Координация
Магазин (пример)	Объемов поставок товаров; рабочих смен продавцов; времени поставки товаров.	Распределение обязанностей между консультанта-ми; отчетность кассиров перед старшим кассиром.	Премии за лучшее обслуживание покупателей; профессио-нальный рост: стажер — продавец — ст. продавец.	Рабочего времени и качества работы продавцов; количества товаров на складе; объемов продаж.	Совместная работа консультантов и кассиров; решение спорных ситуаций; оперативная связь с поставщиком.
Автозавод					
Университет					
Ресторан					
Спортивный комплекс					
Другая организация					

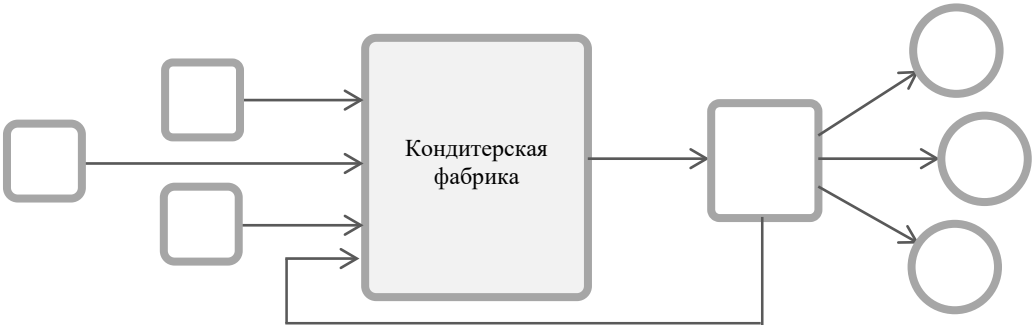
Ожидаемый результат: формирование понимания сущности основных функций менеджмента и специфики их реализации в организациях различных видов экономической деятельности.

Практикум по решению задач № 2 Тема 2. История теории и практики управления.

Цель: практическое изучение основ системного подхода к менеджменту.

Обучаемым предлагается:

1. Изучить упрощенную схему взаимодействия кондитерской фабрики с компаниями-партнерами.



2. Перерисовать схему и обозначить на ней:
а) буквами — компании-партнеры (в фигурах);
б) цифрами — потоки ресурсов (над стрелками).
Условные обозначения:
О — оптовая торговая фирма «Мир продуктов»;
М — магазин розничной торговли «Сапфир»;
У — Московский государственный университет пищевых производств;
Ф — фабрика, производящая продукты питания ООО «Заря»;
З — завод по производству пищевого оборудования ОАО «Продмаш».
1 — какао, сахар, масло;
2 — потенциальные работники комбината;
3 — выручка кондитерского комбината (деньги);
4 — пищевое оборудование (агрегаты, печи, холодильники и т.п.);
5 — готовые кондитерские изделия.

3. Описать проблемы, которые могут возникнуть у кондитерского комбината, в случае «выпадения» из системы одного элемента, указать примерное время наступления последствий.

Ожидаемый результат: формирование первичного навыка описания и анализа деятельности предприятия на основе системного подхода к менеджменту.

Практикум по решению задач № 3 Тема 3. Планирование деятельности организации.

Цель: Формирование у обучаемых первичных способностей распределению и делегированию полномочий персонала.

Задание:

1. Представьте себя в роли руководитель информационно-аналитического отдела, занимающегося поиском и обработкой информации, необходимой топ-менеджменту компании ООО «Техно-Инвест» для принятия стратегических решений.

2. Изучите условия и задачи:

Отделу необходимо срочно подготовить доклад-презентацию о популярности среди молодежи современных Интернет-планшетов. Доклад-презентация должен быть составлен на основе результатов предварительного

анализа рынка. Он должен включать в себя презентацию в MS Power Point (с таблицами, диаграммами и т.п.) и доклад на 10-12 минут.

Время, отводимое на подготовку доклада – один рабочий день. Распорядок работы отдела: рабочее время – 9.00-18.00; перерыв – 13.00-14.00.

Кадровый состав информационно-аналитического отдела:

- Вы – руководитель отдела, опытный менеджер, хорошо знающий способности своих сотрудников.
- Анна – секретарь-референт, опытный специалист по подготовке текстов, член Союза писателей г. Москвы.
- Андрей – опытный инженер-программист, разработчик систем поиска информации в Интернет.
- Николай – экономист, хорошо разбирающийся в специфике рынка информационных технологий.
- Елена – математик, специалист по статистике, умеет строить удобные для восприятия диаграммы и графики.
- Наталия – специалист по работе с изображениями и презентациями, опытный дизайнер, имеет сертификат пользователя MS Power Point.

Ресурсы и оборудование, имеющиеся в распоряжении отдела:

- рабочее помещение на шесть человек;
- персональный компьютер №1 (с выходом в Интернет);
- персональный компьютер №2 (без выхода в Интернет);
- цветной принтер;
- носители информации (диски, флэш-карты и т.п.);
- канцелярские принадлежности;
- телефон;
- компьютерный проектор с экраном.

3. Составить план срочной работы вашего отдела на следующий рабочий день (см. образец оформления плана).

4. Необходимо учесть рекомендации по составлению плана:

а) подумать, на какие этапы (задачи) следует разбить работу отдела и в какой последовательности они должны выполняться;

б) подумать, какое мероприятие следует провести в начале рабочего дня (до начала выполнения задания каждым сотрудником), а какое – в конце;

в) правильно распределить задачи, время и ресурсы между исполнителями исходя из их способностей и навыков;

г) при составлении плана срочной работы следует учитывать, что у каждого сотрудника отдела уже есть свое задание в соответствии с ранее составленным оперативным планом на текущий месяц (такие задания мож-но обозначать фразой «текущее задание»);

д) форма для составления плана приведена на следующей странице;

е) нарисовать диаграмму Ганта, отражающую последовательность и взаимосвязанность этапов плана.

Практикум по решению задач № 4 Тема 4. Организация как объект управления.

Цель: Формирование у обучаемых первичных способностей по распределению и делегированию полномочий, формирование навыка разработки типовой инструкции исполнителям: распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности менеджера за осуществляемые мероприятия

Задание:

1. Составить подробную, но допускающую творчество инструкцию по выполнению какой-либо работы.

2. Особенностью этой инструкции должно стать то, что она должна быть составлена для трех исполнителей, совместно выполняющих одно задание (см. образец оформления в Задании 2 Главы 4 основного учебника).

Практикум по решению задач № 5 Тема 5. Организационные коммуникации.

Цель: Формирование у обучающихся способности участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций на основании умения оценивать качество информационных сообщений для повышения эффективности управления человеческими ресурсами организации.

Задание:

1. Проанализировать качество приведенных в Задании 1 Главы 9 основного учебника информационных сообщений.

2. Дать характеристику каждому сообщению, оценив в баллах (от 0 до 10) каждое из семи изученных свойств информации.

3. Подсчитать общий балл.

4. Указать, какие свойства являются наиболее важными в каждом из рассмотренных случаев (см. образец оформления решения).

5. Предложить способы корректировки содержания и/или условий коммуникации для повышения эффективности коммуникаций и групповой динамики.

Практикум по решению задач № 6 Тема 6. Управленческие решения и контроль.

Цель: формирование первичных навыков решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций на основании умения разрабатывать типовые управленческие решения.

Задание:

1. Выбрать в качестве объекта исследования организацию в соответствии с профилем обучения и кратко описать:

- вид экономической деятельности;
- организационную структуру;
- основные подразделения;

- размер предприятия и т.п.

2. Выделить (предположить) одну проблему в деятельности организации.

3. Разработать рациональное управленческое решение, направленное на достижение поставленной цели по следующему алгоритму:

а) диагностика проблемы – развернутое описание цели деятельности и условия ее достижения;
б) описание ограничений, накладываемых на способы достижения поставленной цели;
в) обоснование критерия эффективности достижения поставленной цели (экономический показатель);
г) определение вариантов решения (не менее трех);
д) оценка (сравнение) вариантов по критерию эффективности, в рамках ограничений, накладываемых на способы достижения поставленной цели;
е) формулировка окончательного варианта решения.

4. Предложить вариант формального представления сформированного управленческого решения (документ) и доведения его до сотрудников.

Практикум по решению задач № 7 Тема 7. Основы теории мотивации персонала.

Цель: формирование первичных навыков решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций на основании умения анализировать мотивы поведения сотрудников для организации групповой работы.

Задание:

1. Выбрать в качестве примера современную российскую компанию в соответствии с профилем обучения.

2. Описать первичный, средний и высший уровень управления данной организации.

3. Выбрать примеры должностей менеджеров, принадлежащих каждому из трех указанных уровней.

4. Дли практического применения выберите одну наиболее подходящую теорию мотивации: иерархии потребностей (А. Маслоу), двухфакторной (Ф. Герцберга), ожидания (В. Врума), справедливости (С. Адамса), трудовой мотивации (В. Герчикова). Обоснуйте сделанный выбор.

5. Используя выбранную теорию предложите мероприятия для мотивации менеджеров первичного, среднего и высшего уровней управления организацией из пункта 3.

Практикум по решению задач № 8 Тема 8. Лидерство в менеджменте.

Цель: формирование у обучаемых компетенций в области осуществления мероприятий, распределения и делегирования полномочий с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия за счет

развития навыка использования основных моделей лидерства для анализа стиля управления с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия.

Задание:

1. Прочитать текст «Модель лидерства директора предприятия «Электрон» (Задание 2 Глава 10 основного учебника).

2. Используя модель Ф. Фидлера, оценить ситуацию и предложить стиль лидерства, который следует избрать директору на данном этапе развития предприятия для обеспечения максимальной эффективности управления и групповой динамики на предприятии (см. образец оформления).

1. Взаимоотношения между директором и подчиненными	
2. Структура задачи	
3. Должностные полномочия директора (сила его влияния)	
Номер ситуации	
Стиль лидерства	

3. Предположить PAEI-код лидерства директора предприятия по модели И. Адизеса. Объяснить предположение.

4. Предположить, как изменится со временем стиль лидерства директора предприятия для поддержания высокой эффективности управления и групповой динамики на предприятии (по моделям Ф. Фидлера и И. Адизеса). Объяснить предположение.

Практикум по решению задач № 9 Тема 9. Организационная культура.

Цель: формирование у обучаемых умения проводить диагностику профиля организационной культуры предприятия.

Для этого:

1. Выберите в качестве объекта исследования организацию в соответствии с профилем обучения. Укажите ее название, сферу деятельности, выпускаемый продукт (услугу), размер (примерную численность персонала), возраст организации. .

2. Воспользовавшись методикой OCAI (Organizational Culture’s Analyze Instrument) К. Камерона и Р. Куинна, построить профиль организационной культуры, отражающий особенности культуры компании. Определить степень бюрократичности (адаптивности) структуры управления.

3. Оценить степень влияния неформальной организации на деятельность формальной. Сформулировать выводы и предположения.

4. Обосновать и построить предпочтительный профиль организационной культуры этой компании.

5. Проанализировать особенности организации с разными типами организационных культур.

Практикум по решению задач № 10 Тема 10. Организационные изменения.

Цель: формирование у обучаемых умения анализировать цели и содержание организационных изменений на предприятии.

Задание:

1. Необходимо выбрать в качестве объекта исследования организацию в соответствии с профилем обучения. Уазать:

- название, вид деятельности и миссию;
- организационно-правовую форму;
- организационную структуру управления (построить органиграмму ОСУ с указанием основных структурных подразделений); указать ее тип – бюрократическая или адаптивная;
- основные факторы внешней среды и характер их изменения.

2. Сформулировать долгосрочную цель развития компании.

3. Сформулировать возможные симптомы структурно-функционального несоответствия организации поставленной цели.

4. Разработать план осуществления организационных изменений, направленных на достижение долгосрочной цели.

5. Описать систему горизонтальной координации процесса решения общих задач компании: указать рекомендуемые координационные механизмы и способы интеграции подразделений.

6. Указать перечень ожидаемых результатов организационных изменений.

7. Сформулировать ожидаемые оперативные изменения экономической эффективности деятельности компании.

8. Сделать общие выводы.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Теория менеджмента» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания первого типа

1. Понятие и сущность менеджмента.
2. Содержание и взаимосвязь основных функций менеджмента.
3. Роли, задачи и компетенции менеджеров на различных уровнях управления.
4. Национальные особенности менеджмента: особенности японского и американского менеджмента, специфика российского менеджмента.
5. Понятие управленческого решения. Классификация управленческих решений по способам разработки.
6. Сущность и виды планирования деятельности организации. Требования, предъявляемые к целям организации.
7. Базовые типы организационных структур управления и их особенности.
8. Понятие мотивации. Основные положения процессуальных теорий мотивации.
9. Понятие мотивации. Основные положения содержательных теорий мотивации.
10. Сущность и виды управленческого контроля. Принципы эффективного контроля.
11. Понятие лидерства. Личностный подход. Основные положения теории черт и ее практическая значимость.
12. Понятие лидерства. Ситуационный подход.
13. Системный подход к менеджменту: авторы, годы становления, основные идеи, вклад в современный менеджмент.
14. Методы коллективной разработки управленческих решений.
15. Роли менеджеров по Г. Минцбергу.
16. Школа человеческих отношений: авторы, годы становления, основные идеи, вклад в современный менеджмент.
17. Властные полномочия менеджера. Формы власти и влияния.

18. Понятие и сущность организационной культуры. Классификация организационных культур.

19. Понятие и сущность организационной культуры. Функции организационной культуры.

20. Организационно-правовые формы российских компаний. Коммерческие организации.

21. Организационно-правовые формы российских компаний. Некоммерческие организации.

22. Групповые организационные формы.

23. Понятие жизненного цикла организации. Модель жизненного цикла организации И. Адизеса.

24. Понятие жизненного цикла организации. Модель жизненного цикла организации Л. Грейнера.

25. Понятие «организационные изменения».

Задания второго типа

1. Приведите примеры требований, предъявляемых к имиджу менеджера.

2. Нарисуйте и объясните схему процесса управления, используя следующие элементы: ограничения и критерии эффективности управления, цель управления, субъект управления, объект управления, обратная связь, управленческое воздействие, результат управления.

3. Объясните особенности, сходства и различия японской и американской моделей менеджмента, используя следующие признаки: а) оценка качества управления; б) оплата труда; в) оценка работы сотрудника и служебный рост; г) отношения менеджеров с подчиненными; д) управленческие решения; е) наем на работу.

4. Сформулируйте перечень качеств и компетенций, необходимых лидерам в разных областях деятельности: а) крупное промышленное предприятие, использующее новейшие технологии производства; б) негосударственное высшее учебное заведение — университет, ориентированный на инновационные методы обучения студентов; в) спортивная детско-юношеская школа.

5. Объясните смысл фразы «организовать деятельность группы людей».

6. В чем, на ваш взгляд, состоят преимущества модели В. Герчикова перед другими изученными моделями мотивации?

7. Как вы понимаете следующее изречение? «Организацию трудно увидеть. Мы видим только то, что на поверхности: высокие здания, оборудованные компьютерами помещения, приветливых служащих, но в целом организация представляет собой нечто туманное и абстрактное» (Ричард Л. Дафт).

8. Объясните, какие PAEI-коды в модели И. Адизеса соответствуют лидерству?

9. Почему понятие «бюрократия» в наши дни часто употребляется в негативном значении? Дайте свою оценку этому понятию с учетом изученного материала.

10. Менеджмент часто называют наукой, практикой и искусством. Как вы думаете, почему? В каких литературных произведениях, фильмах, мультфильмах, телепередачах и т.п. вы обнаруживали сюжеты и эпизоды, связанные с менеджментом?

11. Приведите пример плана организации. Объясните, как проявляются в нем принципы эффективного планирования.

12. Приведите пример цели деятельности группы исполнителей. Обоснуйте принципы организационной деятельности в отношении цели и группы.

13. Приведите пример организации. Перечислите пять форм власти и влияния менеджеров этой организации и дайте каждой из них краткую характеристику.

14. Выберите две из известных вам теории (модели) лидерства. Объясните, как они дополняют друг друга при анализе системы лидерства в конкретной организации.

15. Приведите пример контролируемого (производственного, коммерческого и т.п.) процесса. Опишите особенности предварительного, текущего и заключительного контроля.

16. Объясните, какое значение для организации имеют такие элементы ее организационной культуры: герои, ритуалы и церемонии, поверья и убеждения. Приведите примеры.

17. Что такое эффективность организации и чем она определяется? Как и чем можно описать позицию организации в пространстве ее возможных состояний?

18. Какие, из перечисленных ниже организаций, в соответствии Гражданским Кодексом Российской Федерации, относятся к коммерческим: федеральное государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования (университет); негосударственное образовательное учреждение высшего профессионального образования (университет); ОАО «Газпром»; РАО РЖД (ОАО «Российские железные дороги»); производственный кооператив «Трилогия».

19. Сравните модели организационного развития Л. Грейнера и И. Адизеса по следующим характеристикам: 1) завершенность модели; 2) наличие «оптимальной точки» развития; 3) детализация стадий; 5) возможность и удобство применения для анализа стадий жизненного цикла современных организаций. Сделайте собственные комментарии и выводы.

20. Что представляет собой оперативная интеграция подразделений при осуществлении организационных изменений?

21. Приведите пример организации. Опишите наиболее значимые факторы ее макроокружения. Объясните характер их влияния на организацию.

22. Приведите пример организации. Опишите наиболее значимые

факторы ее микроокружения. Объясните характер их влияния на организацию.

23. Сравните между собой хозяйственные товарищества и хозяйственные общества. Укажите сходства и различия этих организационно-правовых форм.

24. Объясните сущность и приведите примеры вертикальной и горизонтальной интеграции при создании групповых организационных форм.

25. Приведите пример организации. Опишите основные факторы ее внутренней среды (примерами).

Задания третьего типа

Задание 1 (типовое)*. Прочитайте кейс «Развитие компании «Инфо-Инвест».

Компания «Инфо-Инвест» работает на рынке информационных технологий около десяти лет, оказывая услуги по разработке и установке корпоративных информационных сетей и систем информационной безопасности. В момент образования компании в 2001 году численность ее сотрудников, включая основателя, занимавшего тогда пост Генерального директора, составляла всего девять человек. В 2002 году в компании уже работали 32 сотрудника. В 2005-м численность персонала увеличилась до 56 человек. В этом же году у компании насчитывалось всего пять постоянных клиентов, но уже к началу 2007 года количество заказчиков, заключивших договора с «Инфо-Инвест» на условиях длительного обслуживания сетей, достигло двадцати двух. При этом чистая прибыль компании по сравнению с 2005 годом выросла почти в 3 раза. В 2011 году численность персонала составляет более 120 человек. Прибыль превышает 150 млн. руб. в год, что на 90 млн. руб. больше, чем в 2007 году. В 2009 году компания заключила два договора о стратегическом партнерстве: с банком «Регион-Развитие» и компанией «Oracle». По прогнозам в 2012 прибыль должна вырасти в 1,5 раза за счет заключения договоров еще с пятью постоянными клиентами. Учредители «Инфо-Инвест» полагают, что успех компании обусловлен тем, что с 2005 по 2006 годы удалось создать команду эффективных менеджеров, владеющих современными технологиями управления.

1. Письменно ответьте на вопросы:

а) чем занимается компания «Инфо-Инвест»?

б) по каким характеристикам можно судить о развитии компании?

2. Составьте таблицу и сгруппируйте количественные характеристики, используемые в кейсе, по их содержанию.

3. Постройте два-три графика, иллюстрирующих динамику развития компании «Инфо-Инвест».

* В кейсе может быть изменена структура и количественные значения показателей развития.

Задание 2. Прочитайте кейс «Направления развития издательского дома

«Компьютер-Пресс».

Перед издательским домом «Компьютер-Пресс», выпускающим журналы по компьютерным технологиям и электронике, встал вопрос — в каком направлении развиваться дальше? Недавно в результате успешной перестройки издательского дома и благоприятных прогнозов развития отечественного журнального рынка у издательского дома появилось сразу несколько потенциальных инвесторов. Каждый инвестор готов предоставить очень мощное финансирование, позволяющее запускать от четырех до восьми новых изданий в год. Однако появление инвестора ставит перед издательским домом задачу выбора стратегии дальнейшего развития. Тема электроники обладает важным преимуществом — повышенным вниманием рекламодателей. Компания может выпустить новые журналы по электронике или расширить тематику журналов. Топ-менеджмент рассматривает почти все возможности, за исключением «желтых» и общественно-политических изданий.

Ответьте на вопросы:

1. Какие ограничения установило руководство для стратегии развития своего бизнеса?

2. О каких еще ограничениях может идти речь в данной задаче? Какие ограничения приняли бы вы?

3. Что является основным критерием эффективности решения, разрабатываемого издательским домом в данном примере? Какие критерии приняли бы вы?

Задание 3. Прочитайте кейс «Структура предприятия «Электрон».

Предприятие «Электрон» проводит самостоятельные научные исследования и опытно-конструкторские разработки, маркетинговый анализ и выпуск высокотехнологичной продукции: приборов, бытовой техники, промышленного оборудования и т.п. В настоящее время на предприятии ведутся разработки новой медицинской техники, средств связи для морских судов и аппаратуры для предприятий нефтяной и газовой промышленности. В основе конкурентной политики предприятия лежит принцип одновременной реализации нескольких производственных проектов в интересах заказчиков. Структура предприятия «Электрон» представляет собой совокупность автономных рабочих групп, каждая из которых имеет двойное подчинение: руководителю проекта и руководителю отдела, в зависимости от этапа работ.

Ответьте на вопросы:

1. Назовите тип организационной структуры предприятия «Электрон»

2. Укажите преимущества и недостатки такой структуры

3. Какое изменение вы предложили бы внести в организационную структуру компании «Электрон» для повышения эффективности ее работы?

Задание 4. В начале XX века руководители крупных производственных корпораций (например, Альфред Слоун-младший из «Дженерал Моторс»)

поняли, что традиционная функциональная организационная структура управления больше не отвечает потребностям их компаний. Если огромная фирма будет стремиться втиснуть всю свою деятельность в три-четыре основных отдела, то для эффективности контроля руководителя каждый отдел должен будет разбит на сотни подразделений. Кроме того, многие фирмы распространили свою деятельность на обширные регионы (другие страны), и одному руководителю стало очень трудно держать под контролем всю деятельность компании.

Ответьте на вопросы:

1. Какая организационная структура появилась в результате решения данных проблем?

2. Нарисуйте органиграмму (структурную схему) такой ОСУ.

3. Каким образом новая ОСУ помогла фирмам выйти из описанной ситуации?

Задание 5. Прочитайте приведенный ниже кейс. Дайте название каждому из перечисленных этапов. Расставьте этапы в порядке, обеспечивающем эффективную реализацию основных функций менеджмента компании. Объясните, почему такой порядок вы считаете правильным?

Этапы деятельности менеджмента компании «Альфа» при создании нового департамента:

а) формирование организационной структуры департамента и обеспечение его необходимыми ресурсами: персоналом, финансами, помещением и оборудованием и т.п.;

б) реализация процедур количественной и качественной оценки и учета результатов деятельности департамента;

в) выработка и реализация мотивационных процедур, направленных на активизацию деятельности персонала департамента и повышение эффективности выполнения им своих функций;

г) определение целей деятельности нового департамента, необходимых средств, разработка методик эффективной работы департамента.

Задание 6 (типовое)*. Приведите примеры коммуникационных потоков для различных организаций. В примерах укажите: а) отправителя и получателя, например; б) конкретное содержание информации; в) канал (носитель) информации.

№	Организация	Вертикальные		Горизонтальные
		восходящие	нисходящие	
1.	Сеть магазинов	а, б, в	а, б, в	а, б, в
2.	Автомобильный завод	а, б, в	а, б, в	а, б, в

* Могут предлагаться разные виды организаций.

Задание 7. Прочитайте кейс, объясните особенности мотивации героя кейса, используя известные вам теории (модели) мотивации.

Анна работает менеджером в небольшой компании и руководит отделом. В ее подчинении находятся пять сотрудников. Отделу часто приходится решать срочные и достаточно сложные задачи. Иногда выполнение нового задания требует от Анны твердости и требовательности по отношению к ее сотрудникам. Но ей всегда удается обходиться без применения административных мер, взысканий и предупреждений. Анна считает, что залогом успешной работы коллектива является хороший моральный климат. Бывали случаи, когда Анна брала на себя часть исполнительской работы, чтобы позволить одной сотруднице пораньше уйти с работы в детский сад за ребенком. Сотрудники не злоупотребляют добрым отношением Анны. Они понимают, что важность своевременного выполнения производственных заданий и прилагают для этого все свои навыки и усилия.

Задание 8. Прочитайте кейс, объясните особенности мотивации героя кейса, используя известные вам теории (модели) мотивации.

Выпускник факультета менеджмента одного из престижных вузов Николай получил работу аналитика в успешной коммерческой компании. Работа требовала от него приложения знаний, сил и творческих способностей. Каждая новая ситуация предполагала неординарный подход и креативность. В целом Николай был доволен своей работой, понимая, что она дает ему не только высокую заработную плату, но и реализацию знаний, творческое развитие, а также гарантирует карьерный рост. Огорчало Николая только одно — ему приходилось работать уединенно в удобном одноместном офисном помещении. Общение с коллегами сводилось преимущественно к обмену электронными посланиями. Через полтора года Николай попросил перевести его на другую, менее оплачиваемую должность, требующую большую часть рабочего времени проводить в общении с коллегами, партнерами и клиентами.

Задание 9. Прочитайте кейс, объясните особенности мотивации героя кейса, используя известные вам теории (модели) мотивации.

Наталия всегда мечтала быть корреспондентом. К моменту окончания с отличием факультета журналистики, ее портфолио насчитывало более тридцати статей, рассказов и очерков. Одна работа даже завоевала приз престижного конкурса. После окончания университета Наталия устроилась в редакцию очень крупной и известной газеты. Однако на первое время ей предложили должность редактора небольшой рубрики. Писать не давали, да на это просто не оставалось времени. Наталия отлично справлялась со своими обязанностями, и была на хорошем счету у руководства. Однако «первое время» затянулось на два года. Из разговора со своим шефом Наталия поняла, что в ближайшие несколько лет ей не предоставят место корреспондента. Через две недели Наталия уволилась из престижного издания и устроилась

корреспондентом в небольшую газету. Теперь ей приходится много писать, много ездить по стране. Работа отнимает почти все время. Статьи Наталии не раз отмечались читателями, как самые интересные и острые. По-видимому, в ближайшие три-четыре года Наталию не ожидает какое-либо серьезное служебное продвижение. Однако по ее словам, она еще никогда не чувствовала себя такой счастливой.

Задание 10. Прочитайте кейс, объясните особенности мотивации героя кейса, используя известные вам теории (модели) мотивации.

Сергей со школьной скамьи занимался жонглированием. Он не собирался становиться артистом цирка, просто это было его хобби. В университете он продолжал совершенствовать свое мастерство, постоянно увеличивая число предметов для жонглирования. Это не мешало учебе, и родители даже поощряли увлечение сына. На четвертом курсе Сергей твердо решил побить рекорд Мира по максимальному количеству предметов для жонглирования и подал заявку в комитет книги рекордов Гиннеса. С первого раза побить рекорд ему не удалось. Не удалось и со второго. Но Сергей продолжал тренироваться. Его мечта сбылась лишь через два года после окончания вуза, когда он уже работал менеджером крупного отеля. Сергей был очень горд своим успехом. Поздравления шли со всех концов России и даже из других стран. К сожалению, через полгода рекорд был побит, но это не расстроило Сергея. Сегодня Сергей — генеральный директор сети отелей. В его офисе на самом видном месте лежит книга рекордов Гиннеса, раскрытая на посвященной ему странице. Жонглированием он занимается редко, на отдыхе для удовольствия.

Задание 11. Проанализируйте качество приведенного ниже информационного сообщения.

Условия передачи: Отправитель — вице-президент компании. Получатель — начальник отдела продаж. Время получения — середина рабочего дня. Форма сообщения — устно (по телефону).

Содержание сообщения: «Сергей Иванович! Сегодня мы запускаем новую программу продаж. Она была утверждена руководством компании в прошлом месяце. Вы уже завтра должны выполнить первые пять пунктов программы. Сегодня же изучите ее основные параметры. Сейчас я их вам зачитаю…». Далее вице-президент зачитывает параметры программы.

Задание 12. Проанализируйте качество приведенного ниже информационного сообщения.

Условия передачи: Отправитель — инженер. Получатель — рабочие сборочного цеха (30 чел.). Время получения — конец рабочего дня. Форма сообщения — устно и письменно (на маркерной доске). Содержание сообщения:

«Завтра приступаем к внедрению новой технологии…

Маршрутная технология включает установление последовательности и содержания технологических и вспомогательных операций сборки. Последовательность сборки определяется на основе технологических схем. Содержание операций устанавливают в зависимости от выбранного типа производства и темпа сборки.

При серийном производстве содержание операции принимают таким, чтобы на отдельных рабочих местах выполняемая узловая и общая сборка данного и других изделий периодически сменяемыми партиями обеспечивала достаточно высокую загрузку рабочих мест. Для общей сборки характерно (пишет на доске):

$[(t_1N_1 + t_2N_2 + \ldots + t_mN_m) + (T_1 + T_2 + \ldots + T_m)k]\ m < F_д$

Здесь t_1, t_2, ... — время общей сборки первого, второго, ..., l-го изделия; T_1 T_2, ... — подготовительно-заключительное время для первого, второго, ..., l-го изделия; k — число партий и год; $F_д$ — действительный годовой фонд рабочего времени; N_1, N2, ... — годовая программа выпуска первого, второго, ..., l-го изделия; m — число стендов общей сборки; l — число изделий, собираемых на данном стенде.

Остальное вы прочитаете самостоятельно…»

Инженер выдает бригадиру один буклет объемом 120 страниц.

Задание 13. Прочитайте кейс «Модель лидерства руководителя предприятия «Электрон».

Коммерческое предприятие «Электрон» проводит самостоятельные научные исследования и опытно-конструкторские разработки (НИОКР), маркетинговый анализ и выпуск высокотехнологичного оборудования и приборов. В настоящее время на предприятии ведутся разработки новой медицинской техники, средств связи для морских судов и аппаратуры для предприятий нефтяной и газовой промышленности. Основная часть сотрудников предприятия — высококвалифицированные специалисты с большим опытом работы. На «Электроне» поощряется профессиональное развитие специалистов, используется система участия сотрудников в распределении прибыли.

Директор предприятия, кандидат технических наук Владимир Соловьев, назначен на должность всего три месяца назад. Ранее он занимал должность заместителя директора по производству на предприятии, выпускающем пищевое оборудование. Владимир Соловьев успел наладить хорошие отношения с коллективом, ценит своих сотрудников, считая их основным потенциалом своей фирмы. Как правило, он положительно отзывается о каждом из них. Сотрудники также относятся к директору с уважением.

В новом году предприятие «Электрон» получило заказ на разработку высокоточных приборов для оснащения орбитальных космических комплексов. Предполагается применение нанотехнологий. Владимир Соловьев считает эту задачу абсолютно новой, при этом он не вполне понимает, какие шаги необходимо предпринять в первую очередь и как

распределить частные задачи между подразделениями. Директор понимает, что не является крупным специалистом в данной области, однако он уверен, что среди его сотрудников есть люди, готовые реализовать план с высоким качеством.

1. Используя модель Фреда Фидлера, оцените ситуацию и предложите стиль лидерства, который следует избрать В. Соловьеву на данном этапе развития фирмы.

2. Как вы думаете, изменится ли со временем стиль лидерства, используемый В. Соловьевым? Если изменится, то как? Объясните свои предположения.

Задание 14. Дайте характеристику школе наук о поведении: годы развития, авторы и последователи, основные идеи, практическое значение для современного менеджмента.

Вспомните основные положения теорий «X» и «Y», предложенных американским ученым Дугласом Мак-Грегором. Какие идеи кажутся вам более правильными и соответствующими современным условиям? Какие положения и выводы вы будете использовать в своей работе менеджером? Почему?

Задание 15. Что такое субъект и объект управления? Как они взаимодействуют друг с другом в процессе управления?

1. Нарисуйте схему процесса управления, используя следующие элементы:

- ограничения и критерии эффективности управления;
- цель управления;
- субъект управления (руководитель, менеджер, координатор);
- объект управления (организация, подразделение, сотрудник);
- обратная связь;
- управленческое воздействие;
- результат управления.

2. Приведите примеры целей управления для какой-либо организации.

3. Приведите примеры критериев эффективности управления организацией или ее подразделениями.

Задание 16. В менеджменте используются три группы методов управления: экономические (Э), организационно-распорядительные (О) и социально-психологические (С). Укажите соответствие каждого инструмента управления из приведенного перечня тому или иному методу менеджмента.

Инструменты управления:

1. Приказы.
2. Регулирование межличностных и межгрупповых отношений.
3. Убеждение.
4. Инструктажи.

5. Разрешение структурному подразделению использовать заранее оговоренную часть прибыли по своему усмотрению.
6. Личный пример руководителя.
7. Применение штрафных санкций при невыполнении подразделением своих обязательств.
8. Постановления руководства.
9. Внушение.
10. Команды.
11. Рекомендации.
12. Моральное поощрение.
13. Распоряжения.
14. Создание и поддержание благоприятного морального климата в коллективе.

Задание 17. Существуют отраслевые (О) и функциональные (Ф) особенности менеджмента. Какие из перечисленных видов менеджмента являются функциональными, а какие — отраслевыми? (см. ниже пример оформления ответа).

Виды менеджмента:

1. Управление персоналом.
2. Банковский менеджмент.
3. Стратегический менеджмент.
4. Менеджмент в торговле.
5. Управление финансами.
6. Менеджмент в сфере телевидения.
7. Менеджмент в гостиничном бизнесе.
8. Управление проектами.
9. Менеджмент в социальной сфере.
10. Информационный менеджмент.
11. Менеджмент в ресторанном бизнесе.
12. Спортивный менеджмент.
13. Управление производством.
14. Менеджмент в девелопменте (строительстве).
15. Инновационный менеджмент.

Задание 18. Вспомните роли менеджеров в классификации Г. Минцберга. Запишите роли (по каждой из трех категорий), которые должны играть указанные ниже менеджеры:

1. Генеральный директор инновационной компании, разрабатывающей высокотехнологичное оборудование для космических станций.

2. Директор департамента, отвечающего в вузе за разработку и внедрение в учебный процесс учебников и пособий, систем дистанционного обучения и т.п.

3. Старший продавец-консультант магазина электроники,

контролирующий работу шести продавцов-консультантов.

Какие роли, на ваш взгляд, требуют наибольшей подготовки и опыта? Поясните ваше мнение.

Задание 19. Укажите, какие из приведенных ниже особенностей характеризуют типовую модель японского менеджмента (Я), а какие — американского (А) (см. образец оформления ответа).

Характерные особенности национального менеджмента:

1. Оценка качества управления по уровню гармонии в коллективе и коллективному результату
2. Оплата труда по индивидуальным достижениям.
3. Замедленные оценка работы сотрудника и служебный рост.
4. Нестандартная, гибкая структура управления.
5. Личные неформальные отношения с подчиненными.
6. Управленческие решения принимаются коллективно на основе единогласия.
7. Наем на работу на короткий период.
8. Продвижение по службе по старшинству и стажу работы.
9. Индивидуальный характер принятия решений.
10. Быстрая оценка результатов труда, ускоренное продвижение по службе.
11. Основное качество руководителя — умение осуществлять координацию действий и контроль.
12. Деловая карьера обусловливается личными результатами.
13. Формальные отношения с подчиненными.
14. Коллективная ответственность, ориентация управления на группу.
15. Строго формализованная структура управления.
16. Неформальная организация контроля.
17. Оплата труда по показателям работы группы и служебному стажу.
18. Профессионализм и инициатива — главные качества руководителей.
19. Долгосрочный наем руководителей и работников организаций.
20. Четко формализованная процедура контроля.
21. Оценка качества управления по индивидуальному результату и индивидуальная ответственность.

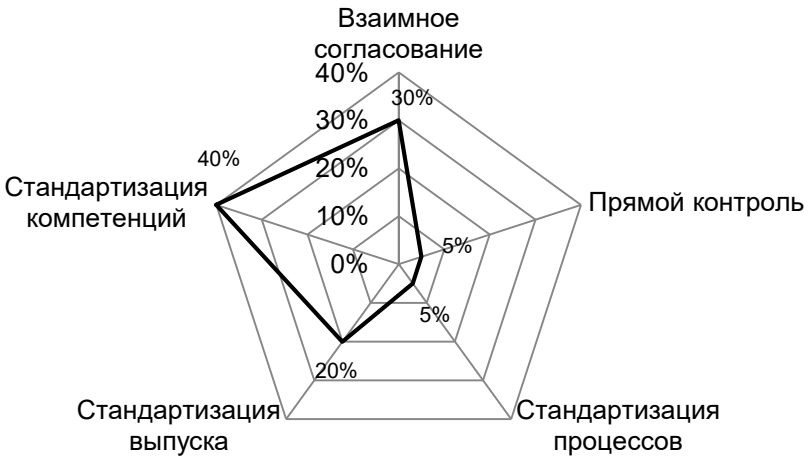
Задание 20.

Выберите в качестве примера одну из российских компаний, использующих групповую организационную форму (финансово-промышленная группа, холдинг, концерн и др.).

Объясните: а) сферу деятельности и специфику компании; б) структуру компании; в) преимущества групповой организационной формы; г) особенности управления компанией, имеющей такую групповую организационную форму.

Задание 21 (типовое)*.

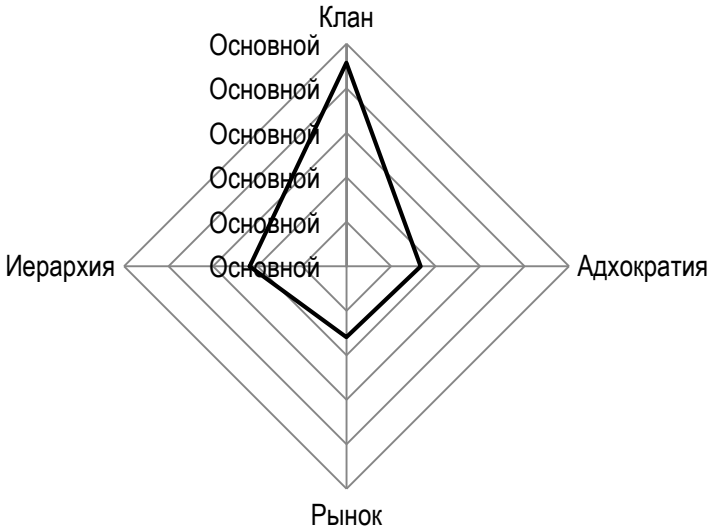
Изучите приведенный координационный профиль. Дайте характеристику организации имеющей такой координационный профиль. Приведите примеры таких организаций.



* Предлагаются различные ваоианты координационных профилей.

Задание 22 (типовое)*.

Организационная культура компании имеет следующий профиль. Охарактеризуйте такую организационную культуру. Приведите пример компании.



* Предлагаются различные варианты профилей организационной культуры.

Задание 23.

Прочитайте кейс «История компании Nestle: 1975-1981». Выявите и опишите все зависимости и закономерности, повлиявшие на деятельность

компании в указанный период.

История компании Nestle: 1975-1981

После заключения соглашения с L'Oreal в 1974 г., впервые со времен экономического кризиса в начале 1920-х годов, позиции Nestle на мировом рынке пошатнулись.

В первую очередь, это было вызвано увеличением цен на нефть и замедлением темпов экономического роста в индустриальных странах. К тому же произошла девальвация курсов иностранных валют, в том числе, французского франка, американского доллара, фунта стерлингов и немецкой марки по отношению к швейцарскому франку.

В результате, в период с 1975 по 1977 годы цены на кофе выросли в четыре раза, а на какао-бобы — в три. Как и в 1921 г. компании пришлось быстро реагировать на изменившуюся в корне ситуацию.

Задание 24.

Прочитайте кейс «Корпорация Microsoft». Охарактеризуйте тип и особенности организационный структуры компании.

Корпорация Microsoft

Корпорация Microsoft, основанная в 1975 году, сегодня является одним из лидеров в разработке программного обеспечения, предоставлении услуг и проектировании интернет-технологий для персональных компьютеров и серверов.

Корпорация Microsoft разрабатывает и выпускает широкий спектр программных продуктов. В их число входят настольные и сетевые операционные системы, серверные приложения для клиент-серверных сред, настольные бизнес-приложения и офисные приложения для пользователей, интерактивные программы и игры, средства для работы в сети интернет и инструменты разработки. Кроме того, Microsoft предлагает интерактивные (online) услуги, издает книги по компьютерной тематике, производит периферийное оборудование для компьютеров, занимается исследовательской деятельностью и разработкой новых компьютерных технологий. Продукты Microsoft продаются более чем в 80 странах мира, переведены более чем на 45 языков и совместимы с большинством платформ персональных компьютеров.

Организационная структура компании Microsoft не имеет ярко-выраженной вертикали, а скорее походит на сложное переплетение команд и проектов. Корпорация успешно направляет и интегрирует деятельность людей, работающих в различных подразделениях над многими проектами для решения проблем, встающих перед всей компанией. Компанией руководит совет директоров из десяти человек. Для рассмотрения различных вопросов существует пять комитетов: аудиторский, компенсационный, финансовый и антикризисный, а также комитет управления и выдвижения.

На сегодняшний день Microsoft имеет офисы более чем в 90 странах,

разделенных на 6 регионов: Северная и Латинская Америка, Европа, Ближний Восток и Африка, Япония, Тихоокеанская Азия, Китай.

Задание 25.

Сформулируйте конкретный пример, иллюстрирующий организационную деятельность менеджера. Укажите цель деятельности, ресурсы, условия, состав исполнителей, их квалификацию и т.п.

Подробно опишите характер и особенности:

а) распределения задач, ресурсов, полномочий и ответственности между исполнителями;

б) требуемого взаимодействия исполнителей в процессе достижения поставленной цели.

Приведите варианты отклонения процесса решения задачи от организационного плана. Сформулируйте предложения по восстановлению или улучшению процесса организации работы.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Экономическая теория»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Управление продажами***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не**

III. Тематический план.....5

IV. Содержание дисциплины 7

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 12

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....20

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....20

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Экономическая теория» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 963 от 12 августа 2020 г.

Дисциплина «Экономическая теория» формирует у обучающихся экономический образ мышления, обеспечивающий осознанное понимание сущности экономических процессов, рациональное поведение в условиях рыночных отношений и эффективное использование полученных знаний в практической деятельности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит базовую часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых умений и навыков экономического анализа на микро – и макроуровне, а также экономического мышления, способствующего компетентностному подходу при принятии решений в профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- уметь интерпретировать современные концепции в области экономической теории и научиться использовать знание источников экономических теорий при принятии оптимальных решений на различных уровнях хозяйствования;
- научиться вырабатывать собственную позицию по актуальным теоретическим проблемам экономической науки и ее практическим приложениям в области экономической политики и развития предпринимательства;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе знаний особенностей развития и функционирования экономики, ее механизмов и инструментов;
- научиться применять в практической деятельности основные методы, способы и показатели экономического анализа для оценки и прогнозирования состояния экономики и собственного бизнеса.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен применять знания (на промежуточном уровне) экономической теории при решении прикладных задач	**ОПК-1**	**ОПК-1.1** понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия индивидов, фирм и государства в экономике	-условия функционирования, основные функции и принципы рыночной экономики - причины, формы, цели и инструменты различных видов макроэкономической политики государства	-описывать и анализировать особенности действия принципов в современной рыночной экономике на микроуровне - описывать и анализировать цели и формы участия государства рыночной экономике	- экономического мышления и социально-экономического поведения в условиях рыночной экономики - исследования эффективности и социально-экономических последствий макроэкономической политики государства	Контактная работа: Лекции Практикумы по решению задач Ситуационные практикумы Самостоятельная работа

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической		
Очная форма											
Тема 1. Введение в экономику. Базовые понятия экономической теории.	2									1	
Тема 2. Основы теории спроса и предложения	2		6	4				2		2	Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/10
Тема 3. Поведение потребителя в рыночной экономике	2									1	
Тема 4. Фирма как экономический субъект. Издержки и результаты производства фирмы	2		6	4						2	Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/ 10
Тема 5. Типы рыночного взаимодействия экономических субъектов	3									2	
Тема 6. Рынки факторов производства: рынок труда, капитала и земли	2		3	3						2	Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/ 10
Тема 7. Основные макроэкономические проблемы и показатели	2		2	2						1	Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/10
Тема 8. Экономический рост и макроэкономическая нестабильность	2		4	4						2	Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/10
Тема 9. Фискальная и монетарная политика государства	2									2	
Всего:	**19**		**21**	**17**						**15**	**100**

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической		
Очная форма											
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах) /сем	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в экономику. Базовые понятия экономической теории.

Экономическая теория: объект и методы исследования. Функции экономической теории. Экономические законы, модели и категории. Элементы экономической теории: утверждения о целях, утверждения об ограничениях и утверждения о вариантах выбора. Структура экономической теории. Методы экономической теории. Краткосрочный и долгосрочный периоды в экономическом анализе.

Экономические потребности и экономические интересы (личные, коллективные, общественные). Экономические ресурсы: природные, капитальные, трудовые, информационные. Относительная ограниченность экономических ресурсов. Экономические блага и их классификация. Кругооборот благ и доходов. Субъекты экономики: домашние хозяйства, предприятия (фирмы), государство.

Общественное воспроизводство и его фазы: производство, распределение, обмен и потребление. Экономические ограничения: граница производственных возможностей (КПВ). Общественное воспроизводство и его фазы: производство, распределение, обмен и потребление.

Тема 2. Основы теории спроса и предложения.

Понятие спроса и предложения, величины спроса и величины предложения. Причины и факторы изменчивости спроса и предложения.

Законы спроса и предложения. Результаты взаимодействия спроса и предложения. Рыночное равновесие. Равновесная цена. Дефицит. Перепроизводство.

Координация спроса и предложения в процессе их изменения. Излишки потребителя и производителя. Понятие, виды и показатели эластичности. Эластичность спроса по цене и по доходу, перекрестная эластичность, эластичность предложения по цене. Точечная и дуговая эластичность. Взаимосвязь эластичности и общей выручки. Практическое значение показателей эластичности.

Тема 3. Поведение потребителя в рыночной экономике.

Причины и факторы, обусловливающие поведение потребителя. Полезность экономического блага, общая и предельная полезность. Максимизация полезности как целевая функция потребления. Бюджетные ограничения и бюджетная линия. Кривые безразличия. Свойства кривой безразличия. Предельная норма замещения. Кривые «доход-потребление», «цена-потребление». Оптимальный потребительский выбор и равновесие потребителя.

Эффекты индивидуального спроса и потребительские риски. Эффекты дохода и замещения. Эффект Гиффена. Эффект Веблена. Эффект сноба. Эффект присоединения к большинству.

Тема 4. Фирма как экономический субъект. Издержки и результаты производства фирмы.

Понятие фирмы как организационной формы предпринимательства и участника микроэкономических рынков. Классификация фирм: по размеру, по форме собственности, по юридической форме, по типу внутренней структуры управления. Экономические и неэкономические цели фирмы. Ограничения деятельности фирмы: технологические, финансовые, со стороны государства и со стороны конкурентов.

Плюсы и минусы масштабов деятельности фирмы. Внешняя и внутренняя среда фирмы.

Производство, производственная функция. Трансформационные и трансакционные издержки. Факторы и издержки производства. Понятие альтернативных издержек. Явные и неявные издержки. Постоянные и переменные издержки. Средние и предельные издержки. Амортизация. Издержки в краткосрочном и долгосрочном периодах. Кривые предельных и средних издержек. Минимизация издержек.

Деятельность фирмы в долгосрочном периоде. Отдача от масштаба производства: снижающаяся, повышающаяся, неизменная. Метод изокост-изоквант.

Продукт производственной деятельности фирмы: предельный, средний и общий продуктов. Взаимосвязь кривых общего, предельного и среднего продуктов.

Доходы фирмы: валовые и чистые доходы (выручка). Понятие прибыли: бухгалтерская, экономическая прибыль, нормальная прибыль. Способы максимизации прибыли в краткосрочном и долгосрочном периодах. Методы максимизации прибыли. Валовые выручка и валовые издержки. Показатели эффективности деятельности фирмы.

Тема 5. Типы рыночного взаимодействия экономических субъектов.

Конкуренция ценовая и неценовая. Рыночные структуры: сущность, виды, критерии разграничения. Причины образования несовершенных рынков и конкурентов.

Фирма как совершенный конкурент. Спрос, предложение, цена, доход и прибыль в условиях чистой конкуренции. Издержки и прибыль конкурентной фирмы в краткосрочном и в долгосрочном периодах. Состояние равновесия фирмы совершенного конкурента в краткосрочном и в долгосрочном периодах.

Специфика экономической эффективности в условиях совершенной конкуренции.

Понятие монополии, характерные черты монополии, виды монополии: простая, чистая и естественная монополия. Издержки, цены, доход, предложение и спрос в условиях чистой монополии. Правила максимизации прибыли и минимизации убытков чистым монополистом. Ценовая дискриминация. Общественные издержки монопольной власти. Х-неэффективность. Индекс монопольной власти Лернера. Индекс Герфиндаля – Хиршмана. Специфика экономической эффективности в условиях монополии.

Понятие и основные черты олигополии. Виды олигополии. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях олигополии. Дуополия Курно. Модель ломаной кривой спроса. Модель тайного ценового соглашения. Модель ценового лидерства. Модель цены «издержки плюс». Специфика экономической эффективности в условиях олигополии.

Монополистическая конкуренция - сущность и элементы. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях монополистической конкуренции. Особенности равновесия в долгосрочном периоде для монополистической конкуренции. Ценовая дискриминация.

Специфика экономической эффективности в условиях монополистической конкуренции. Барьеры входа и выхода в отрасли.

Тема 6. Рынки факторов производства: рынок труда, капитала и земли.

Общие проблемы спроса на экономические ресурсы. Субъекты рынков факторов производства. Вторичность спроса на ресурсы по отношению к спросу на готовую продукцию. Фактор труд и его цена. Заработная плата как цена фактора труд. Номинальная и реальная заработная плата. Дифференциация уровня заработной платы. Повременная и сдельная заработная плата. Их сравнительные достоинства и недостатки. Государственное регулирование рынка труда. Минимальная заработная плата, ее достоинства и недостатки. Модели рынка труда: конкурентное и неконкурентное равновесие на рынке труда. Теория «человеческого» капитала и эффективной заработной платы.

Капитал как фактор производства. Расширенное воспроизводство капитала. Проблема первоначального накопления капитала, перераспределительный и сберегательный механизмы. Понятие о проценте как доходе фактора капитал. Дисконтирование и инвестиционные решения фирмы.

Фактор земля в широком и узком понимании. Рынок земли, спрос и предложение на землю и другие природные ресурсы. Плодородие земли: естественное и экономическое. Источник, причины и условия существования земельной ренты. Виды земельной ренты. Цена земли и других природных ресурсов как капитализированная рента.

Тема 7. Основные макроэкономические проблемы и показатели.

Предмет и объект макроэкономики. Основные макроэкономические проблемы. Макроэкономическая политика как основа регулирования макроэкономических процессов. Инструменты макроэкономической политики. Особенности макроэкономической политики в условиях российской экономики.

Система национальных счетов (СНС) как макроэкономическая модель экономического оборота. Понятие об основных категориях системы. Основные принципы построения системы национальных счетов. Классификация экономических агентов по секторам экономики.

Валовая добавленная стоимость и валовой внутренний продукт (ВВП). Методы исчисления ВВП и их связь со счетами системы.

Отражение первичных и вторичных доходов в СНС. Валовой национальный доход (ВНД). Показатели системы – основа оценки уровня благосостояния общества. Недостатки показателя ВВП для оценки уровня жизни населения. Чистое экономическое благосостояние. Номинальный и реальный ВВП. Понятие дефлятора. Индекс цен.

Показатели процентной ставки. Социальные макроэкономические показатели.

Тема 8. Экономический рост и макроэкономическая нестабильность.

Понятие экономического роста. Предпосылки и факторы экономического роста. Типы экономического роста: интенсивный, экстенсивный, смешанный. Взаимосвязь экономического роста, сбережений и инвестиций.

Измерение экономического роста. Способы количественного и качественного выражения темпов и результатов экономического роста

Цикличность экономического развития и экономические кризисы. Основные характеристики цикла и кризиса. Причины циклов и их фазы. Описание цикла. Вершина (пик, бум), сжатие (рецессия, спад), дно (депрессия), оживление (расширение). Стагфляция. Причины, определяющие цикличность экономического развития. Виды циклов.

Виды кризисов. Воздействие государства на экономический цикл и кризисы. Методы и результаты сглаживания циклических колебаний основных макропоказателей. Содержание и виды стабилизаторов государственного регулирования экономических циклов. Антикризисная политика государства.

Понятие инфляции. Измерение инфляции. Источники инфляции. Виды инфляции. Инфляция спроса и предложения. Стагфляция. Сеньораж. Темпы инфляции. Гиперинфляция. Социально-экономические последствия инфляции. Антиинфляционная политика государства.

Безработица. Сущность и причины. Виды безработицы: фрикционная, структурная, циклическая, технологическая. Инфляция и безработица. Закон Оукена. Роль активных мер государства по регулированию рынка труда.

Тема 9. Фискальная и монетарная политика государства

Сущность и цели бюджетно-налоговой политики. Налоговая система и ее эффективность. Налоговые методы регулирования экономики. Налоговый мультипликатор. Эффект Лаффера.

Государственные финансы. Государственный бюджет: структура и функции. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Бюджетный профицит. Бюджетный дефицит. Источники финансирования дефицита федерального бюджета. Государственный долг: внутренний и внешний. Положительные и отрицательные последствия государственного долга.

Дискреционная и недискреционная политика фискальная политика. Встроенные стабилизаторы. Экспансионистская и рестриктивная политика государства.

Сущность денежно-кредитной политики государства. Методы и инструменты денежно-кредитной политики государства. Нормативы обязательных резервов, учетная ставка (ставки рефинансирования). Денежный мультипликатор. Операции государства на открытом рынке. Монетаристские инструменты денежной политики. Кейнсианский взгляд на проблему денежных регуляторов. Кредитная экспансия и кредитная рестрикция: политика «дешёвых» и «дорогих» денег Стимулирующая и сдерживающая кредитно-денежная политика. Жесткая и гибкая монетарная политика.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, практикум по решению задач, ситуационный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лекции, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач.

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся

необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические рекомендации по выполнению ситуационных практикумов.

Ситуационные практикумы (кейс-метод, кейс-стади, метод конкретных ситуаций, метод ситуационного анализа) — техника обучения, использующая описание реальных экономических, социальных и др. ситуаций.

Ситуационные практикумы задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе выполнения ситуационного практикума обучающиеся должны проанализировать конкретную ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейс-задания базируются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Обучающимся предлагают осмыслить реальную жизненную ситуацию, описание которой одновременно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Порядок проведения ситуационного практикума:

1. *Этап погружения в совместную деятельность.* Текст практикума может быть выдан обучающимся до занятия для самостоятельного изучения и подготовки ответов на вопросы. В начале занятия проявляется знание обучающимися материала и заинтересованность в обсуждении. Выделяется основная проблема, лежащая в основе практикума, и она соотносится с соответствующим разделом курса.

2. *Этап организации совместной деятельности по решению проблемы.* Деятельность может быть организована в малых группах или индивидуально.

В случае групповой работы, обучающиеся распределяются по временным малым группам для коллективной подготовки ответов на вопросы в течение определенного преподавателем времени. В каждой малой группе идет сопоставление индивидуальных ответов, их доработка, выработка единой позиции, которая оформляется для презентации. В каждой группе выбирается или назначается «спикер», который будет представлять решение. Спикеры представляют решение группы и отвечают на вопросы.

Выступления должны содержать анализ ситуации с использованием соответствующих методов из теоретического курса; оценивается, как содержательная сторона решения, так и техника презентации, и эффективность использования технических средств. Преподаватель организует и направляет общую дискуссию, затем завершает дискуссию, анализируя процесс обсуждения ситуации и работы всех групп, рассказывает и комментирует действительное развитие событий, подводит итоги.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Введение в экономику. Базовые понятия экономической теории	Экономическая теория: объект и методы исследования. Функции экономической теории. Экономические законы, модели и категории. Элементы экономической теории: утверждения о целях, утверждения об ограничениях и утверждения о вариантах выбора. Структура экономической теории. Методы экономической теории. Краткосрочный и долгосрочный периоды в экономическом анализе. Экономические потребности и экономические интересы (личные, коллективные, общественные). Экономические ресурсы: природные, капитальные, трудовые, информационные. Относительная ограниченность экономических ресурсов. Экономические блага и их классификация. Кругооборот благ и доходов. Субъекты экономики: домашние хозяйства, предприятия (фирмы), государство. Общественное воспроизводство и его фазы: производство, распределение, обмен и потребление. Экономические ограничения: граница производственных возможностей (КПВ). Общественное воспроизводство и его фазы: производство, распределение, обмен и потребление.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet	
Тема 2. Основы теории спроса и предложения	Понятие спроса и предложения, величины спроса и величины предложения. Причины и факторы изменчивости спроса и предложения. Законы спроса и предложения. Результаты взаимодействия спроса и предложения. Рыночное равновесие. Равновесная цена. Дефицит. Перепроизводство. Координация спроса и предложения в процессе их изменения. Излишки потребителя и производителя. Понятие, виды и показатели эластичности. Эластичность спроса по цене и по доходу, перекрестная эластичность,	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Практикум по решению задач Ситуационный практикум

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	эластичность предложения по цене. Точечная и дуговая эластичность. Взаимосвязь эластичности и общей выручки. Практическое значение показателей эластичности.		
Тема 3. Поведение потребителя в рыночной экономике	Причины и факторы, обусловливающие поведение потребителя. Полезность экономического блага, общая и предельная полезность. Максимизация полезности как целевая функция потребления. Бюджетные ограничения и бюджетная линия. Кривые безразличия. Свойства кривой безразличия. Предельная норма замещения. Кривые «доход-потребление», «цена-потребление». Оптимальный потребительский выбор и равновесие потребителя. Эффекты индивидуального спроса и потребительские риски. Эффекты дохода и замещения. Эффект Гиффена. Эффект Веблена. Эффект сноба. Эффект присоединения к большинству.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Практикум по решению задач Ситуационный практикум
Тема 4. Фирма как экономический субъект. Издержки и результаты производства фирмы	Понятие фирмы как организационной формы предпринимательства и участника микроэкономических рынков. Классификация фирм: по размеру, по форме собственности, по юридической форме, по типу внутренней структуры управления. Экономические и неэкономические цели фирмы. Ограничения деятельности фирмы: технологические, финансовые, со стороны государства и со стороны конкурентов. Плюсы и минусы масштабов деятельности фирмы. Внешняя и внутренняя среда фирмы. Производство, производственная функция. Трансформационные и трансакционные издержки. Факторы и издержки производства. Понятие альтернативных издержек. Явные и неявные издержки. Постоянные и переменные издержки. Средние и предельные издержки. Амортизация. Издержки в краткосрочном и долгосрочном периодах. Кривые предельных и средних издержек. Минимизация издержек. Деятельность фирмы в долгосрочном периоде. Отдача от масштаба производства: снижающаяся, повышающаяся, неизменная. Метод изокост-изоквант. Продукт производственной деятельности фирмы: предельный, средний и общий продуктов. Взаимосвязь кривых общего, предельного и среднего продуктов. Доходы фирмы: валовые и чистые доходы (выручка). Понятие прибыли: бухгалтерская, экономическая прибыль, нормальная прибыль. Способы максимизации прибыли в краткосрочном и долгосрочном периодах. Методы	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Практикум по решению задач Ситуационный практикум

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	максимизации прибыли. Валовые выручка и валовые издержки. Показатели эффективности деятельности фирмы.		
Тема 5. Типы рыночного взаимодействия экономических субъектов	Конкуренция ценовая и неценовая. Рыночные структуры: сущность, виды, критерии разграничения. Причины образования несовершенных рынков и конкурентов. Фирма как совершенный конкурент. Спрос, предложение, цена, доход и прибыль в условиях чистой конкуренции. Издержки и прибыль конкурентной фирмы в краткосрочном и в долгосрочном периодах. Состояние равновесия фирмы совершенного конкурента в краткосрочном и в долгосрочном периодах. Специфика экономической эффективности в условиях совершенной конкуренции. Понятие монополии, характерные черты монополии, виды монополии: простая, чистая и естественная монополия. Издержки, цены, доход, предложение и спрос в условиях чистой монополии. Правила максимизации прибыли и минимизации убытков чистым монополистом. Ценовая дискриминация. Общественные издержки монопольной власти. Х-неэффективность. Индекс монопольной власти Лернера. Индекс Герфиндаля – Хиршмана. Специфика экономической эффективности в условиях монополии. Понятие и основные черты олигополии. Виды олигополии. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях олигополии. Дуополия Курно. Модель ломаной кривой спроса. Модель тайного ценового соглашения. Модель ценового лидерства. Модель цены «издержки плюс». Специфика экономической эффективности в условиях олигополии. Монополистическая конкуренция - сущность и элементы. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях монополистической конкуренции. Особенности равновесия в долгосрочном периоде для монополистической конкуренции. Ценовая дискриминация. Специфика экономической эффективности в условиях монополистической конкуренции. Барьеры входа и выхода в отрасли.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Практикум по решению задач Ситуационный практикум
Тема 6. Рынки факторов производства: рынок труда, капитала и земли	Общие проблемы спроса на экономические ресурсы. Субъекты рынков факторов производства. Вторичность спроса на ресурсы по отношению к спросу на готовую продукцию. Фактор труд и его цена. Заработная плата как цена фактора труд.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к	Практикум по решению задач Ситуационный практикум

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	Номинальная и реальная заработная плата. Дифференциация уровня заработной платы. Повременная и сдельная заработная плата. Их сравнительные достоинства и недостатки. Государственное регулирование рынка труда. Минимальная заработная плата, ее достоинства и недостатки. Модели рынка труда: конкурентное и неконкурентное равновесие на рынке труда. Теория «человеческого» капитала и эффективной заработной платы. Капитал как фактор производства. Расширенное воспроизводство капитала. Проблема первоначального накопления капитала, перераспределительный и сберегательный механизмы. Понятие о проценте как доходе фактора капитал. Дисконтирование и инвестиционные решения фирмы. Фактор земля в широком и узком понимании. Рынок земли, спрос и предложение на землю и другие природные ресурсы. Плодородие земли: естественное и экономическое. Источник, причины и условия существования земельной ренты. Виды земельной ренты. Цена земли и других природных ресурсов как капитализированная рента.	практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	
Тема 7. Основные макроэкономические проблемы и показатели	Предмет и объект макроэкономики. Основные макроэкономические проблемы. Макроэкономическая политика как основа регулирования макроэкономических процессов. Инструменты макроэкономической политики. Особенности макроэкономической политики в условиях российской экономики. Система национальных счетов (СНС) как макроэкономическая модель экономического оборота. Понятие об основных категориях системы. Основные принципы построения системы национальных счетов. Классификация экономических агентов по секторам экономики. Валовая добавленная стоимость и валовой внутренний продукт (ВВП). Методы исчисления ВВП и их связь со счетами системы. Отражение первичных и вторичных доходов в СНС. Валовой национальный доход (ВНД). Показатели системы – основа оценки уровня благосостояния общества. Недостатки показателя ВВП для оценки уровня жизни населения. Чистое экономическое благосостояние. Номинальный и реальный ВВП. Понятие дефлятора. Индекс цен. Показатели процентной ставки. Социальные макроэкономические показатели.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Практикум по решению задач Ситуационный практикум

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 8. Экономический рост и макроэкономическая нестабильность	Понятие экономического роста. Предпосылки и факторы экономического роста. Типы экономического роста: интенсивный, экстенсивный, смешанный. Взаимосвязь экономического роста, сбережений и инвестиций. Измерение экономического роста. Способы количественного и качественного выражения темпов и результатов экономического роста. Цикличность экономического развития и экономические кризисы. Основные характеристики цикла и кризиса. Причины циклов и их фазы. Описание цикла. Вершина (пик, бум), сжатие (рецессия, спад), дно (депрессия), оживление (расширение). Стагфляция. Причины, определяющие цикличность экономического развития. Виды циклов. Виды кризисов. Воздействие государства на экономический цикл и кризисы. Методы и результаты сглаживания циклических колебаний основных макропоказателей. Содержание и виды стабилизаторов государственного регулирования экономических циклов. Антикризисная политика государства. Понятие инфляции. Измерение инфляции. Источники инфляции. Виды инфляции. Инфляция спроса и предложения. Стагфляция. Сеньораж. Темпы инфляции. Гиперинфляция. Социально-экономические последствия инфляции. Антиинфляционная политика государства. Безработица. Сущность и причины. Виды безработицы: фрикционная, структурная, циклическая, технологическая. Инфляция и безработица. Закон Оукена. Роль активных мер государства по регулированию рынка труда.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Практикум по решению задач Ситуационный практикум
Тема 9. Фискальная и монетарная политика	Сущность и цели бюджетно-налоговой политики. Налоговая система и ее эффективность. Налоговые методы регулирования экономики. Налоговый мультипликатор. Эффект Лаффера. Государственные финансы. Государственный бюджет: структура и функции. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Бюджетный профицит. Бюджетный дефицит. Источники финансирования дефицита федерального бюджета. Государственный долг: внутренний и внешний. Положительные и отрицательные последствия государственного долга. Дискреционная и не дискреционная политика фискальная политика. Встроенные стабилизаторы. Экспансионистская и	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Практикум по решению задач Ситуационный практикум

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	рестрикционная политика государства. Сущность денежно-кредитной политики государства. Методы и инструменты денежно-кредитной политики государства. Нормативы обязательных резервов, учетная ставка (ставки рефинансирования). Денежный мультипликатор. Операции государства на открытом рынке. Монетаристские инструменты денежной политики. Кейнсианский взгляд на проблему денежных регуляторов. Кредитная экспансия и кредитная рестрикция: политика «дешёвых» и «дорогих» денег Стимулирующая и сдерживающая кредитно-денежная политика. Жесткая и гибкая монетарная политика.		

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Агапова Т. А. Макроэкономика: учебник / Т. А. Агапова, С. Ф. Серегина. – 10-е изд., перераб. и доп. – М.: МФПУ «Синергия», 2013. – 560с.
2. Максимова, В.Ф. Микроэкономика : учебник / В.Ф. Максимова. – 8-е изд., перераб. и доп. – Москва : Университет Синергия, 2020. – 468 с. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571516

Дополнительная литература:

1. Анисимов, А.А. Макроэкономика: теория, практика, безопасность / А.А. Анисимов, Н.В. Артемьев, О.Б. Тихонова ; ред. Е.Н. Барикаев. – М.: Юнити, 2015. – 599 с. : табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru
2. Экономическая теория: микроэкономика-1, 2, мезоэкономика / Г.П. Журавлева, В.В. Громыко, М.И. Забелина и др. ; под общ. ред. Г.П. Журавлевой ; Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. – 9-е изд., стер. – М.: Дашков и К°, 2019. – 934 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru
3. Кузнецов Б. Т. Макроэкономика: учебное пособие. - М.: Юнити-Дана, 2015. – 463с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

4. Розанова, Н.М. Микроэкономика: задачи и упражнения / Н.М. Розанова. – М.: Юнити, 2015. – 559 с. : табл., граф., схемы. – (Практический курс). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115028

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

	Наименование ресурса	Ссылка
Сайты государственных органов и исследовательских организаций		
1	Министерство экономического развития РФ	http://www.economy.gov.ru/
2	Министерство финансов РФ	http://www.minfin.ru/ru/
3	Институт экономики переходного периода	http://www.iet.ru
4	Бюро экономического анализа	http://www.beafnd.org/
5	Экономическая Экспертная Группа	http://www.eeg.ru
Основные учебные материалы		
1	50 лекций по микроэкономике	http://50.economicus.ru
2	Максимова В.Ф. Микроэкономика. Учебное пособие	http://e-biblio.ru
Статистика		
1	Статистический портал Высшей Школы Экономики	http://stat.hse.ru
2	Федеральное агентство по статистике и информации РФ	http://www.gks.ru
3	Russian Economic Trends	http://www.hhs.se/site/ret/ret.htm
4	Официальная статистика на сервере RBC.ru	http://www.rbc.ru/gks/
5	Social Indicators	http://www.un.org/Depts/unsd/social/
Блоги		
1	Сайт, содержащий блоги известных экономистов	http://slon.ru
2	Персональные страницы экономистов	http://www.argmax.com/ewwp_search.php

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/).

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	Отчет по практикуму 10-9 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 8-6– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 5 - 1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки. 0 - практикум не выполнен.
2.	Ситуационный практикум	10-6 - Активное участие в процессе, выступление логично и аргументировано 5-1 - Участие в процессе в определенной роли, выступление в основном логично, недостаточная аргументация

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания к ситуационным практикумам:</u>

<u>Типовые ситуационные практикумы:</u>

Кейс 1. Против монополии Facebook выступили 48 штатов. Удастся ли им расколоть IT-гиганта?

Источник: ***Деловой портал BFM.ru:*** *https://www.bfm.ru/news/460228 10 декабря 2020*

Генеральные прокуроры 48 штатов и Федеральная комиссия по торговле США (ФТК) подали антимонопольные иски против Facebook. Компанию обвиняют в том, что она использует в отношении своих

менее крупных конкурентов стратегию «купи или закопай».

«Более десяти лет Facebook использовал свою доминирующую позицию и монопольные прибыли, чтобы задавить конкурентов и устранить конкуренцию. Масштабные денежные и информационные ресурсы компании позволяли ей уничтожать или ослаблять тех, кого она считала угрозой», — так предполагаемые грехи титана Кремниевой долины на пресс-конференции описала Летиция Джеймс, генпрокурор Нью-Йорка — одного из 48 штатов, присоединившихся к антимонопольной кампании против Facebook.

Коалиция генпрокуроров и, в отдельном иске, ФТК США требуют от компании не только прекратить подавление конкуренции, но и продать свои крупные активы, в том числе Instagram и WhatsApp. Для устранения конкурентов, говорит обозреватель CNN Джон Воз, Facebook использует стратегию Buy — Deny — Apply, то есть «Покупай — Лишай — Повторяй»:

«Когда купить компанию не получается, Facebook может лишить конкурента доступа к своим данным. Когда вы быстро регистрируетесь где-то через свой Facebook, соцсеть отдает сайту информацию о вас. Но это также дает ей власть над партнерами. Как только Twitter представил видеосервис Vine, Facebook тут же закрыл для платформы доступ к своим данным. Причем известно, что решение принял лично Марк Цукерберг — и пользователи Vine лишились возможности приглашать на сервис своих друзей из Facebook. Целый ряд компаний, которых Facebook воспринял как угрозу, внезапно обнаружил, что они этого доступа лишены и многие из этих компаний больше не существуют. Если же не получается ни купить конкурента, ни лишить его доступа к данным, Facebook просто копирует уникальные функции сервиса. Например, Snapchat. Сообщалось, что Цукерберг хотел купить компанию за 3 млрд долларов, но владельцы отказались. И тогда Facebook просто воспроизвел ключевую функцию Snapchat — и молодой платформе никогда полностью не оправиться от такого удара».

В Facebook с позицией многочисленных истцов не согласны. Как заявила вице-президент компании Дженнифер Ньюстед, пользователи и рекламодатели выбирают продукты экосистемы не из-под палки, а потому, что они представляют для них наибольшую ценность. Представитель соцсети добавила, что власти США и Евросоюза сами же подтвердили легальность сделок по поглощению Instagram и WhatsApp, а теперь в Вашингтоне хотят все переиграть. По мнению Ньюстед, у бизнеса от этого «пойдут мурашки по коже», ведь теперь ни одна сделка не может считаться окончательной.

Насколько сильным аргументом это станет в суде, не ясно. В беседе с CNN экс-глава Федеральной торговой комиссии США Уильям Ковачич заявил, что он не знает правил, которые бы не позволили ведомству пересмотреть свое решение по прошествии времени. О перспективах иска рассуждает главный редактор IT-портала The Verge

Нилай Пател в эфире CNBC:

«Я думаю, что они поступали умно. Безусловно, Марк Цукерберг абсолютно гениально умеет замечать угрозы для его компании и устранять их. В июле наш портал опубликовал внутреннюю переписку компании о подготовке поглощения Instagram. В ней Цукерберг прямо говорил своим подчиненным, что главное в конкурентах — это то, что «их всегда можно купить». И он правильно понимает, что главную угрозу для его компании представляет не прямая конкуренция, а новый пользовательский опыт. Было разумно с этим бороться, но это все равно является подавлением конкуренции. И теперь главное для Facebook — доказать, что он не перешел некую грань. Даже при том, что все указывает на то, что они знали, что делают».

В октябре схожий иск против другого IT-гиганта подали Минюст США и власти 11 штатов. Ответчиком стал Google. По версии истцов, компания подавляла конкуренцию ради сохранения доминирующей позиции на рынке поиска. Стартовая позиция защиты звучала почти идентично заявлениям Facebook: пользователи выбирают продукты Google по своей воле.

Каким бы ни был исход дел в отношении двух гигантов IT-индустрии, история станет знаковой. Американские СМИ чуть ли не в каждом материале на эту тему вспоминают антимонопольный процесс против Standard Oil. В 1911 году компания была признана незаконной монополией и расколота, но наследники империи Рокфеллера — ExxonMobil, Chevron и BP — остаются ключевыми игроками на нефтяном рынке.

Вопросы:

1. О какой рыночной структуре идет речь в данной статье?
2. Каким образом в данной компании применяют стратегию Buy – Deny – Apply? Что по мнению основателя компании, представляет главную угрозу для компании?
3. Какие требования выдвигают генеральные прокуроры и Федеральная комиссия по торговле США к данной компании?
4. Как вы думаете, если иск будет удовлетворен, то потребители выиграют от этого или проиграют? Каким образом действия компании наносят ущерб конкуренции?
5. Какие аргументы в защиту своей компании называет вице-президент компании?
6. Назовите, какие еще компании упоминаются в данной статье, которые подавляли конкуренцию?

Кейс 2. Ликвидная ловушка

Кейнсианцы первого поколения в своих трудах полагали, что денежно-кредитная политика теряет свою эффективность в периоды спадов деловых циклов. В начале 30-х годов процентные ставки по краткосрочным ценным бумагам упали до рекордно низких уровней – в

некоторых случаях ниже 1%.

Сторонники кейнсианской теории, анализируя этот случай, рассуждали примерно так: при таких низких нормах процента спекулятивный мотив заставляет индивидов избегать держать в своих портфелях активов облигации, ведь, любое вероятное повышение норм процента приведет к потере значительной части капитала, хранящегося в виде облигаций.

Нежелание приобретать облигации и ценные бумаги означало, что индивиды поглощали любое количество денег, которое могла предложить банковская система, без дальнейшего снижения нормы процента. Кроме того, кейнсианцы считали, что в этом случае уровень инвестиций весьма слабо зависит от изменения нормы процента.

Таким образом, любое не очень существенное изменение нормы процента не окажет заметного воздействия на национальный доход. Такое сочетание экономических обстоятельств и получило название ликвидной ловушки". Сам Кейнс был далеко не уверен, что экономика США в тридцатые годы попала в "ликвидную ловушку", да и мало кто из экономистов считает, что такие события когда-либо встречались на практике, либо вообще вероятны (Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика /[Долан Эдвин и др.] ;. пер. с англ. В. Лукашевича и др.; под общ. ред. В. Лукашевича.— Л., 1991.– С. 335).

Вопросы:

1.В чем суть «ликвидной ловушки»?

2.Покажите графически данное явление.

<u>Типовые задания к практикуму по решению задач</u>

Задача № 1.

Если потребитель был готов, взвесив все свои возможности, заплатить 000 рублей за будильник, но, придя в магазин, обнаружил, что может купить его за 1000 рублей, то в это случае потребительский излишек составит 2000 рублей? Аргументируйте свой ответ.

Задача № 2.

Функция спроса имеет вид: Qd=2000-2P. При какой цене эластичность спроса по цене (Ed)составит -0,5?

Задача № 3.

В краткосрочном периоде фирма производит 400 единиц продукции. Средние переменные издержки составляют 3 ден. ед., средние постоянные – 0, 2 ден. ед. Определить общие издержки.

Задача № 4.

Прокомментируйте утверждение: «Увеличение предложения денег и увеличение государственных закупок оказывают одинаковое воздействие на динамику ВВП». Аргументируйте свой ответ.

Задача №5.

ВВП=5000 долл. потребительские расходы=3200 долл. Государственные расходы=900 долл. Чистый экспорт=80 долл.

Рассчитайте:

а) Величину инвестиций.
б) Объем импорта при условии, что экспорт равен 350 долл.
в) ЧНД при условии, что сумма амортизации составляет 150 долл.
г) В этом примере чистый экспорт выражается положительной величиной. Может ли она быть отрицательной? В каком случае?

Задача 6.

В прошлом году потенциальный ВВП составил 3000, кривая AD задавалась уравнением Y = 3300 – 3P. В текущем году потенциальный ВВП вырос на 1%, уравнение совокупного спроса приняло вид: Y = 3330 – 3P. Определить уровень инфляции.

Задача 7. Исходя из следующих данных, определить объем предложения денег: денежная база МВ = 200, норма банковских резервов – 0,1, отношение «наличность – депозиты» - 0,3.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Экономическая теория» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Законы спроса, функции и величина спроса.
2. Законы предложения, функции и величина предложения.
3. Эффекты спроса и предложения. Понятие виды и показатели эластичности.
4. Рациональный выбор и равновесие потребителя.
5. Виды издержек фирмы. Издержки в краткосрочном и долгосрочном периодах.
6. Доходы фирмы и способы максимизации прибыли. Особенности максимизации прибыли в краткосрочном и долгосрочном периодах.
7. Соотношение конкуренции и рыночной власти в моделях рынка.
8. Типы конкурентных рынков продавцов и покупателей
9. Понятие и характерные черты чистой монополии. Правила максимизации прибыли и минимизации убытков чистым монополистом.
10. Сущность и основные черты монополистической конкуренции. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях монополистической конкуренции.
11. Понятие и основные черты олигополии. Модели поведения олигополии.
12. Особенности совершенного и несовершенного рынков труда. Графическая иллюстрация кривых спроса на труд и предложения труда.
13. Особенности несовершенных рынков труда. Рынки труда с монопсонической и монополистической властью. Ситуация двусторонней монополии на рынке труда.
14. Соотношение конкуренции и рыночной власти в моделях рынка.
15. Какие причины возникновения безработицы вам известны? Перечислите виды безработицы. Как рассчитывается уровень безработицы?
16. Что представляет собой показатель ВВП? Перечислите методы расчета данного показателя.
17. Что представляет собой процесс инфляции? Каковы причины возникновения инфляционных процессов, и какие виды инфляции вы знаете, как рассчитывается уровень инфляции?
18. Какие виды экономических циклов вам известны? Назовите причины циклических колебаний в экономике.
19. Какие виды бюджетно-налоговой политики вам известны? Каким образом в экономике возникает эффект мультипликатора? Какие виды мультипликаторов вам известны?

20.В чем отличие дискреционной и не дискреционной фискальной политики? Перечислите и опишите встроенные стабилизаторы.

21.Опишите причины возникновения циклического дефицита государственного бюджета. Чем циклический дефицит отличается от структурного?

22.Какие виды кредитно-денежной политики вам известны? Опишите передаточный механизм кредитно-денежной политики.

23.Что такое экономический рост? Какие виды экономического роста вам известны? Какие модели экономического роста вы можете назвать, в чем их принципиальное различие?

24.Определите эффективность фискальной и монетарной экспансии в краткосрочном и долгосрочном периодах (задействуйте для доказательства модели AD-AS и IS-LM).

25.Какие меры антиинфляционной политики вы можете назвать? Назовите и опишите методы и инструменты кредитно-денежной политики государства.

Задания 2-го типа

1.Справедливо ли утверждение, что распределительная функция цены выражается в ликвидации товарных излишков и дефицита? Аргументируйте свой ответ.

2.Верно ли утверждение, что, если рыночная цена ниже равновесной, то она будет снижаться, т.к. в таких условиях спрос будет падать, а предложение расти? Аргументируйте свой ответ.

3. Верно ли утверждение, что, если правительство устанавливает верхний предел для роста цен, то объем спроса и предложения данного товара всегда равны. Аргументируйте свой ответ.

4.Справедливо ли утверждение, что, объем продажи товаров первой необходимости резко возрастает, если их цены резко снижаются? Аргументируйте свой ответ.

5.Верно ли утверждение, что, если на рынке действует десять фирм, каждая из которых обеспечивает 10% отраслевого объема продаж, то этот рынок целесообразно держать под контролем антимонопольного комитета?

6.Верно ли утверждение, что небольшие фирмы всегда менее эффективны, чем крупные. Аргументируйте свой ответ.

7.Справедливо ли утверждение, что, на конкурентном рынке в долгосрочном периоде экономическая прибыль фирмы равна нулю? А нормальная? Аргументируйте свой ответ.

8.В течение последних десятилетий профсоюзные лидеры в Европе и США постоянно жалуются, что фирмы «нанимают рабочую силу за границей», чтобы избежать высоких издержек найма рабочей силы в своей стране. Почему фирмы поступают подобным образом. Поясните свой ответ с использованием графика.

9.В результате торговых санкций в страну Х были превращены поставки газа. Эксперты посчитали потери потребителей от прекращения поставок: они решили, что величина потерь равна расходам (в реальном выражении) на покупку газа в период, предшествовавший прекращению поставок. Правы ли они? Какие эффекты здесь необходимо учесть?

10. Предприниматель Иванов не может избавиться от здания, которым он владеет и использует для своего бизнеса. Можно ли сказать на, что альтернативные издержки этого здания равны нулю?

11.Анна Петровна открывает магазин для новобрачных. Для этого она должна приобрести лицензию за 10 тыс. рублей, которая не может быть ни продана, ни передана другому лицу. Следует ли включить расходы на покупку лицензии в общие экономические издержки при анализе прибыльности предприятия?

12. На практике картели и подобные им тайные соглашения трудно создавать и поддерживать длительное время. Указать верно, или неверно данное утверждение и обосновать ответ.

13.Зачем монополист прибегает к снижению цен? Ведь он, если он действительно монополист, заинтересован в максимально высокой цене? Ваш ответ?

14.Ценовая эластичность спроса зависит от спроса покупателей на другие товары. Укажите верно, или неверно данное утверждение. Обоснуйте ответ.

15.Экономическая прибыль обычно превышает бухгалтерскую прибыль. Укажите верно, или неверно данное утверждение. Обоснуйте ответ

16. Прокомментируйте утверждение: «Увеличение предложения денег и увеличение государственных закупок оказывают одинаковое воздействие на динамику ВВП». Аргументируйте свой ответ.

17.В результате внедрения новых технических средств в банковской системе увеличилась скорость обращения денег. Центральный банк принял меры по стабилизации объема выпуска и уровня цен в экономике, изменив предложение денег. Покажите, как можно отразить на графике исходный шок и стабилизационную политику Центрального банка.

18.Во многих странах городские власти принимают законы, ограничивающие размер квартирной платы. Эти ограничения применяются по отношению к уже существующим зданиям и, а не к тем, которые будут построены в будущем. Сторонники контроля за квартирной платой полагают, что благодаря этому данные законы не подрывают стимулов к новому жилищному строительству. Является ли при этом важным, какую политику проводят правительство и Центральный банк – последовательную или непоследовательную.

19. Если наличность изымается из обращения и вкладывается в банк, означает ли это, что предложение денег сокращается? Аргументируйте ответ.

20.Если предположить, что в период спада население предпочитает держать больше средств в виде наличности и меньше хранить на депозитах, а во время подъема наоборот – сокращает долю наличности, то как это может отразиться на предложении денег в экономике? Какие меры может предпринять, в связи с этим Центральный банк?

21. Прокомментируйте утверждение: «Если объем потребления низкодоходной семьи превышает уровень ее дохода, то это означает, что ей свойственна высокая предельная склонность к потреблению». Аргументируйте свой ответ.

22. В американских газетах появилось сообщение о том, что ряд стран Южной Америки не смогут выполнить свои обязательства по займам, полученным у американских банков. Каким образом этот факт может отразиться на объеме совокупного спроса в американской экономике?

23. Предположим, что в экономике снизился уровень производительности труда. Как это изменение отразится на состоянии рынка труда при условии, что профсоюзы настояли на сохранении неизменного уровня реальной заработной платы? Ответ аргументируйте.

24. В условиях спада производства уровень инфляции может возрасти или снизится? Аргументируйте свой ответ.

25. Предположим, что денежный рынок находится в состоянии равновесия. Центральный Банк принимает решение сократить предложение денег и проводит это решение в жизнь. Как будут развиваться события на денежном рынке (как изменится ставка процента, курс облигаций и т.д.)?

26. Если фактический объем производства равен потенциальному, то в экономике нет безработицы? Да или нет? Ответ аргументируйте.

27. Прокомментируйте утверждение: «Все люди в возрасте от 16 лет и старше относятся либо к категории занятых, либо к числу безработных». Аргументируйте свой ответ.

28. Если предположить, что перед Новым годом люди держат на руках больше наличности, чтобы приобрести новогодние подарки, повлияет ли это на объем предложения денег в экономике? Ответ обоснуйте.

29. Назовите причины, по которым показатель ВВП не всегда точно характеризует благосостояние нации?

Задание 3-го типа

Задание № 1.

Функция спроса Qd = 7 – P; функция предложения Qs = –5 + 2P, где Qd – объем спроса, Qs – объем предложения, P – цена. Определите равновесную цену и равновесный объем продаж. Представьте функции спроса и предложения графически и таблично.

Задание № 2.

При цене 80 руб. за кг в магазине было продано 500 кг сметаны, а после ее увеличения до 100 руб. за кг – 400 кг. Чему равна дуговая эластичность спроса на сметану?

Задание № 3.

В табл. представлены данные, характеризующие ситуацию на рынке конкретного товара

***P*, р.**	***Qd*, млн шт.**	***Qs*, млн шт.**
6	60	10
14	50	30
22	40	50
30	30	70
40	20	80

1. Можно ли по таблице определить параметры равновесия?

2. Изобразите кривую спроса и предложения на рынке данного блага, определите параметры равновесия.

Задание № 4.

В таблице показана зависимость общих затрат предприятия от количества производимой продукции.

Q	0	1	2	3	4	5	6
TC	20	30	50	80	120	170	190

Рассчитайте следующие виды затрат: постоянные, переменные, предельные. Дайте практическую интерпретацию каждого вида затрат и характер их изменения.

Задание № 5.

Функция общих издержек конкурентной фирмы имеет вид TC= 6q + $2q^2$. Фирма произведет 25 ед. товара м реализует их по з6 руб. за шт. Какую прибыль или убытки получит фирма?

Задание № 6.

В таблице показана зависимость общих затрат предприятия от количества производимой продукции.

Q	0	1	2	3	4	5	6
TC	20	30	50	80	120	170	190

Рассчитайте следующие виды затрат: средние общие, средние постоянные, средние переменные. Дайте практическую интерпретацию каждого вида затрат и характер их изменения.

Задание № 7.

Производственные возможности предприятия включают производство двух товаров: наручных часов 400 шт. и мобильных телефонов 80 шт. Изобразите кривую производственных возможностей и найдите точки на графике для следующих комбинаций производства двух товаров и определите невозможный вариант производства:

1) 60 телефонов и 200 часов;
2) 60 часов и 80 телефонов;
3) 300 часов и 35 телефонов;
4) 300 часов и 40 телефонов;
5) 58 часов и 250 телефонов.

Задание № 8.

За конкретный период номинальная заработная плата в стране повысилась на 25%, а стоимость жизни – на 60%. Определите изменение уровня реальной заработной платы.

Задание № 9.

В краткосрочном периоде фирма производит 500 единиц продукции. Средние переменные издержки составляют 2 ден. ед., средние постоянные – 0, 5 ден. ед. Определить общие издержки.

Задание № 10.

Таблица отражает влияние разных ситуаций (при прочих равных условиях) на величину и объем спроса и предложения неких товаров.

Ситуация	**Изменение величины спроса**	**Изменение спроса**	**Изменение величины предложения**	**Изменение предложения**
Увеличение количества покупателей				
Уменьшение количества продавцов				
Уменьшение цен на товары-заменители				
Увеличение цен на дополняющие товары				
Уменьшение цен на сырье				
Увеличение доходов потребителей				
Изменение вкусов потребителей				
Инфляционные ожидания				
Уменьшение налогов и увеличение субсидий				

Внедрение новой технологии				

Какое влияние окажет каждая из перечисленных ситуаций (при прочих равных условиях) на спрос и предложение? Дайте ответы в виде «+», располагая их на пересечении граф ситуаций и соответствующих изменений.

Задание № 11.

Равновесная рыночная цена будет равна 1, если функция рыночного спроса будет иметь вид Qd=3-P, а функция предложения: Qs=2P? Аргументируйте свой ответ.

Задание № 12.

Если для организации производства предприятием были приобретены станок стоимостью 200 000 руб. и грузовой автомобиль стоимостью 500 000 руб., то при учете этих затрат бухгалтер должен отнести: 200 000 руб. – на постоянные издержки, а 500 000 руб. – на переменные издержки? Аргументируйте свой ответ.

Задание № 13.

Данная таблица отражает величину спроса на некоторый товар при следующих ценах:

Цена	6000	8000	10000	12000
количество	900	700	500	300

Построить график и определить, при какой максимальной цене потребители откажутся покупать данный товар?

Задание № 14.

Реальный ВВП увеличился в 1,2 раза, денежная масса выросла на 8%. Рассчитать изменения уровня цен при условии стабильности скорости оборота денег.

Ответ: снизится на 10%

Задание № 15.

Предположим, что в 1-м году (базисном) номинальный ВВП составил 500. Через 6 лет дефлятор ВВП увеличился в 2 раза, а реальный ВВП возрос на 40%. Сколько составил в этом случае номинальный ВВП через 6 лет?

Ответ: 1400

Задание № 16.

Численность населения составляет 100 млн. человек, 24 млн. человек - дети до 16 лет, а также люди, находящиеся в длительной изоляции, 30 млн. человек выбыли из состава рабочей силы, 4,6 млн. человек - безработные, 1 млн. человек - работники, занятые на неполный рабочий день и ищущие работу. Рассчитайте величину рабочей силы и уровень безработицы.

Задание № 17.

Центральный Банк покупает государственные облигации у коммерческих банков на сумму 100 млн. руб. Как может измениться предложение денег, если коммерческие банки полностью используют свои кредитные возможности, при условии, что норма резервирования депозитов составляет 0,1.

Задание № 18.

Естественный уровень безработицы в текущем году составляет 6%, а фактический - 10%. Если фактический объем выпуска в том же году составил 600 трлн. руб., то каковы потери ВВП, вызванные циклической безработицей?

Задание № 19.

Соотношение «наличность-депозиты» (cr) равно 10%, величина депозитов (D) составляет 100 млрд. руб. Чему равно предложение денег?

Ответ: 110 млрд.

Задание № 20.

Норма обязательных резервов равна 12%, избыточные резервы составляют 3% от суммы депозитов. Общая величина резервов равна 45 млрд. руб., а наличность – 1500 млрд. руб. Чему равен размер депозитов?

Ответ:300 млрд.

Задание № 21.

Компания по производству шин, продает фирме, производящей автомобили, 4 шины общей стоимостью 400 долл. Другая компания продает автомобильной фирме плеер за 500 долл. Установив все это на машине, автомобильная фирма продает ее за 200 тыс. долл. Какова сумма будет включена при подсчете ВВП?

Ответ: 20 тыс.

Задание № 22.

В условной стране выплавлена сталь общей стоимостью 4000 ден. ед. с использованием материалов и полуфабрикатов, закупленных за рубежом на 1000 ден. ед. Машиностроительные предприятия страны из этой стали изготовили продукцию общей стоимостью 7500 ден. ед. Каким был вклад этих отраслей страны в общий объем ВНП (в ден. ед.)?

а) 11500; б) 10500; в) 8500; г) 7500; д) 6500.

Ответ: общий вклад - 6500 ден. ед.

Задание № 23.

Фактический объем ВВП в данном году составил 2000 ден. ед., потенциальный объем ВВП - 2300 ден. ед. Естественный уровень безработицы равен 5%. Определите фактический уровень безработицы, если коэффициент Оукена равен 2,5%.

1) 7,5%; 2) 10,2%; 3) 11,4%; 4) 13,5%; 5) 15,0%.

Ответ: 10,2%.

Задание № 24.

Определите, во сколько раз в течение года обесценятся 1000 ден. ед., хранящихся в банке под 120% годовых, если темп инфляции в стране составляет 20% в месяц.

1) в 6 раз; 2) в 5,64 раза; 3) в 4,05 раза; 4) в 3,27 раза; 5) в 2,87 раза.

Ответ: $1{,}2^{12} = 8{,}9$ раза

Задание № 25.

Известно, что 9 рабочих производят за один рабочий день 30 единиц продукции и труд является единственным переменным фактором производства. Зарплата каждого рабочего составляет 150 рублей в день. Найдите величину средних переменных издержек.

1) 5 2) 30 3) 45 4) 50 5) нет верного ответа

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. Аннотация к дисциплине..... 3
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы **Ошибка! Закладка не определена.**
3. Тематический план..... **Ошибка! Закладка не определена.**
4. Содержание дисциплины 9
5. Методические указания для обучающихся по освоению ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
дисциплины..... **Ошибка! Закладка не определена.**
6. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
7. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине..... 19

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Маркетинг» направлена на формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков маркетингового управления организацией. Целью дисциплины является развитие маркетингового мышления необходимого для эффективной работы менеджера и получения навыков применения маркетинговых инструментов и методов, подходов для выработки и реализации стратегических решений любого уровня.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в блок факультативных дисциплин.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- развитие маркетингового мышления, понимание конъюнктуры рынка;
- ознакомление с основными подходами и инструментами в области маркетинга и приобретение практических навыков работы с ними;
- изучение и приобретение практических навыков в области управления рынком, умение применять маркетинговые методы управления в различных рыночных ситуациях;
- формирование способности ставить четкие маркетинговые цели и задачи на разных уровнях управления организацией.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать, содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	**ОПК-3**	**ОПК-3.1** Осуществляет поиск и оценивает коммерческую информацию о приемах и методах торгово-экономических процессов в сфере торговли	методы анализа данных, необходимых для решения поставленных коммерческих задач маркетинговой деятельности и реализации торгово-экономически-процессов в сфере торговли	оценивать природу торгово-экономических процессов в сфере маркетинговой деятельности, используя коммерческую информацию	разработки, оценки торгово-экономических процессов на основе использования коммерческой информации с целью совершенствования маркетинговой деятельности	Контактная работа: Лекции Семинар Ситуационные практикумы Самостоятельная работа
		ОПК-3.2 Использует современные методы исследования, представляет и формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы относительно природы торгово-экономических процессов	маркетинговые методы, инструменты и способы сбора и обработки данных, обобщения, анализа информации и для выявления и оценки торгово-экономических процессов	собирать, анализировать и интерпретировать необходимую информацию, содержащуюся в различных формах отчетности, вторичных источниках информации и прочих отечественных и зарубежных	оценки рыночных возможностей на основе собранной маркетинговой информации для поиска новых направлений деятельности организации; опыт использования современных средств управления маркетинговой информацией	

				источниках; проводить самостоятельные сбор первичной информации путем проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды организации		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Введение в концепцию маркетинга.	2	2								4	Дискуссия / 10
Тема 2. Маркетинговые исследования. Качественные и количественные методы.	3			3						5	Ситуационный практикум / 10
Тема 3. Стратегический маркетинг и маркетинговый анализ.	2			2						4	Ситуационный практикум / 10
Тема 4. Сегментирование рынка	3			3						4	Ситуационный практикум / 10
Тема 5. Продукт, как элемент комплекса маркетинга.	2			2						4	Ситуационный практикум / 10
Тема 6. Цена, как элемент комплекса маркетинга.	2		2							4	Практикум по решению задач / 10
Тема 7. Каналы сбыта и распределения.	2			2						4	Ситуационный практикум / 10
Тема 8. Маркетинговые коммуникации.	3	1		2						5	Ситуационный практикум / 10 Тестирование / 20
Всего:	**19**	**3**	**2**	**14**						**34**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в концепцию маркетинга.

Понятие маркетинга. Концепции маркетинга. Этапы развития маркетинга. Конъюнктура рынка. Социально-экономическая сущность маркетинга. Цели, принципы и функции маркетинга. Виды маркетинговой деятельности. Маркетинговая среда фирмы. Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Маркетинг в системе общественного производства

Тема 2. Маркетинговые исследования. Качественные и количественные методы.

Объекты маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Классификация по направлению исследований. Классификация по целям исследований. Субъекты маркетинговых исследований. Первичная и вторичная маркетинговая информация. Панели и базы данных. Качественные и количественные методы исследования. Дескриптивные маркетинговые исследования: опрос и наблюдение. Структура анкеты. Причинно-следственное (каузальное) маркетинговое исследование: эксперимент. Измерение и шкалирование. Методы выборки.

Тема 3. Стратегический маркетинг и маркетинговый анализ.

Понятие стратегического маркетинга. Процесс стратегического маркетингового планирования: его основные этапы. Этапы разработки маркетинговой стратегии компании. Стратегический инструментарий. Проведение маркетингового анализа: анализ внутренней и внешней среды, анализ продуктового портфеля. Типология базовых маркетинговых стратегий. Стратегические матрицы.

Тема 4. Сегментирование рынка.

Сегментирование рынка. Критерии сегментирование. Методы сегментирования. Стратегии сегментирования. Позиционирование. Стратегии позиционирования. Ошибки позиционирования.

Тема 5. Продукт, как элемент комплекса маркетинга.

Формирование товарной политики и рыночной стратегии. Разработка нового товара. Маркетинг жизненного цикла товара. Качество и конкурентоспособность. Марочный маркетинг. Тестирование товара, названия, упаковки. Товар в маркетинговой деятельности. Классификация, уровни и иерархия товаров. Номенклатура товаров и товарный ассортимент. Комплексное исследование товарного рынка.

Тема 6. Цена, как элемент комплекса маркетинга

Понятие цена. Этапы ценообразования. Разработка ценовой политики.

Стратегия установления цен на новые товары. Политика постоянного «снятия сливок», или premium price. Стратегия проникновения. Стратегии ценообразования в рамках товарной номенклатуры. Международное трансфертное ценообразование. Ценообразование в условиях инфляции. Изменение цен. Ценовые войны.

Тема 7. Каналы сбыта и распределения.

Экономическая роль каналов сбыта. Конфигурации каналов сбыта. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Стратегии охвата рынка. Стратегический маркетинг торговой фирмы. Торговый маркетинг. Стратегия выхода на зарубежные рынки.

Тема 8. Маркетинговые коммуникации.

Природа и роль маркетинговых коммуникации. Различия между транзакционным маркетингом и маркетингом отношения. Рекламная коммуникация. Рекламный бюджет. Медиапланирование. Стимулирование сбыта. PR. Вирусные маркетинговые коммуникации. Методы оценки эффективности рекламы.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого

выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения

занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии

Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой(конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс

овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;

- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самост. работы**	**Форма контроля**
Тема 1. Введение в концепцию маркетинга.	Конъюнктура рынка. Социально-экономическая сущность маркетинга. Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Маркетинг в системе общественного производства	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к дискуссии	Активная позиция в дискуссии по теме №1
Тема 2. Маркетинговые исследования. Качественные и количественные методы.	Классификация по направлению исследований. Классификация по целям исследований. Панели и базы данных. Дескриптивные маркетинговые исследования: опрос и наблюдение. Структура анкеты. Причинно-следственное (каузальное) маркетинговое исследование: эксперимент. Измерение и шкалирование. Методы выборки.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по решению ситуационного практикума по теме 2
Тема 3. Стратегический маркетинг и маркетинговый анализ.	Стратегический инструментарий. Типология базовых маркетинговых стратегий. Стратегические матрицы.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по решению ситуационного практикума по теме 3
Тема 4. Сегментирование рынка.	Стратегии позиционирования. Ошибки позиционирования.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по решению ситуационного практикума по теме 4
Тема 5. Продукт, как элемент комплекса маркетинга.	Тестирование товара, названия, упаковки. Товар в маркетинговой деятельности. Классификация, уровни и иерархия товаров. Номенклатура товаров и товарный ассортимент. Комплексное исследование товарного рынка.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по решению ситуационного практикума по теме 5

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма контроля
Тема 6. Цена, как элемент комплекса маркетинга.	Стратегия установления цен на новые товары. Стратегия проникновения. Международное трансфертное ценообразование. Ценообразование в условиях инфляции. Изменение цен.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по решению практических задач по теме 6
Тема 7. Каналы сбыта и распре деления.	Формирование спроса и стимулирование сбыта Стратегический маркетинг торговой фирмы. Торговый маркетинг. Стратегия выхода на зарубежные рынки.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по решению ситуаци онного практикума по теме 7
Тема 8. Маркетинго вые коммуникации .	Рекламная коммуникация. Вирусные маркетинговые коммуникации. Методы оценки эффективности рекламы.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму Подготовка к тестированию	Отчет по решению ситуаци онного практикума по теме 8 Проверка выполненног о теста

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг», 032401 «Реклама» / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 351 с. http://biblioclub.ru

Дополнительная литература:

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / под ред. М. Сухановой; пер. Т.В. Виноградова, А.А. Чех, Л.Л. Царук. - 7-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. – режим доступа http://biblioclub.ru

2.Коротков А.В. Маркетинговые исследования: учебное пособие. – М.: Юнити-Дана, 2015. - 303 с. – режим доступа http://biblioclub.ru

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. – М.: Дашков и К°, 2016. - 446 с. – режим доступа http://biblioclub.ru

3. Пичурин И.И. Основы маркетинга: теория и практика: учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. – М.: Юнити-Дана, 2015. - 383 с. – режим доступа http://biblioclub.ru

4. Управление маркетингом: учебное пособие / под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463с. – режим доступа http://biblioclub.ru

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
	Основные учебные материалы	
1	Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров.	www.marketcenter.ru
2	Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы.	www.sostav.ru
3	Сайт «Корпоративный менеджмент» (публикации журналов «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг».	www.cfin.ru
4	Сайт «Энциклопедия маркетинга»	www.marketing.spb.ru
5	Сайт электронного журнала по маркетингу.	www.4p.ru
6	Сайт издательской группы «Дело и сервис».	www.dis.ru
7	Сайт «Наука о рекламе».	www.advertology.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Дискуссия	8-10 – 3 и более выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; 5-7 – 2 выступления, ответы построены в основном логично, недостаточная аргументация 4-6 – 1 выступление, ответ в основном логичный, слабо аргументированный; в целом грамотное использование политологической терминологии;
2.	Ситуационный практикум	**7**-10 - работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы 4-6 - работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы 2-4 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; имеются ошибки в расчетах; необходимые выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы 0- - обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, требуемые формулы не найдены или не поняты, выводы и ответы на вопросы отсутствуют
3.	Практикум по решению задач	8-10 - задачи выполнены в срок, самостоятельно, решение и ответы правильные; сделаны необходимые выводы; аккуратное оформление 5-7 - задачи выполнены в срок, самостоятельно, решение правильное и не все ответы правильные; сделаны частичные выводы; аккуратное оформление 2-4 - задачи выполнены в срок, частично самостоятельно, решение не совсем правильное и не

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		все ответы правильные; сделаны частичные выводы; работа оформлена небрежно или не закончена в срок, или выводы не сделаны; 0-1 – задачи выполнены в срок, несамостоятельно, решение не совсем правильное и не все ответы правильные; выводы не сделаны; работа оформлена небрежно или не закончена в срок
4.	Тестирование	Тестирование состоит из 20 тестовых вопросов. За каждый правильный ответ на вопрос – 1 балл.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые вопросы к дискуссии на семинарских занятиях

1.Формирование товарной политики и рыночной стратегии.
2.Разработка нового товара.
3.Маркетинг жизненного цикла товара.
4.Качество и конкурентоспособность.
5. Марочный маркетинг.
6.Тестирование товара, названия, упаковки.
7.Товар в маркетинговой деятельности.
8.Классификация, уровни и иерархия товаров.
9.Номенклатура товаров и товарный ассортимент.
10.Комплексное исследование товарного рынка.

Типовые кейсы к ситуационному практикуму

Ситуационная задача «Поиск оригинальных идей и разработка эффективного текста».

Компания занимается производством и реализацией мебели для ванных комнат. По решению руководства реклама будет размещена в газетах и журналах. Характеризуя продукцию, можно выделить следующие моменты.

Типы производимой мебели: комплекты и отдельные предметы для ванных комнат.

Дизайн: Модели созданы ведущими промышленными дизайнерами. Представлены модели начиная от классики и заканчивая стилем минимализм.

Производство и качество: Вся мебель для ванной комнаты произведена из высококачественных материалов в соответствии с требованиями, которые предъявляются к такой мебели. Вся мебель для ванных комнат изготовлена из импортных материалов на высококачественном оборудовании и соответствует требованиям качества. Перед отгрузкой каждое изделие самым тщательным образом проверяется.

Гарантии: За исключением случаев естественного износа, случайного

повреждения или преднамеренно неправильного использования каждое изделие имеет гарантию пятилетнего срока службы. Для поддержания репутации производителя изделий исключительного качества фирма всегда в полной мере выполняет свои гарантийные обязательства.

Вопросы и задания

1. Сформулируйте основополагающие заявления для рекламного сообщения компании, позволяющие позиционировать товар.

2. Определите наиболее подходящий слоган для рекламного сообщения.

3. Напишите текст рекламного сообщения (20-25 строк).

Примерные задания для практикумов по решению задач

Задание 1.

Определите, какому виду маркетинга в зависимости от типа спроса соответствует каждый описанный пример.

Компания предлагает сезонные скидки на свою продукцию	
Авиакомпания продает электронные билеты со скидкой 5%	
Компания повышает цены на свою продукцию в связи со слишком высоким спросом	
...	

Задание 2.

Потребление рыбопродуктов в центральных областях России на 20 % ниже, чем на Дальнем Востоке. Рассчитать ёмкость рынка данной продукции Владивостока, если годовая ёмкость рынка Смоленска составляет 18 млн кг. Численность населения данных городов 700 тыс. и 400 тыс. жителей соответственно.

Задание 3.

Максимальные производственные мощности предприятия равны 750 тыс. ед. продукции в месяц. Предприятие выпускает три вида продукции (A, B, C). Для производства продукции первых двух видов можно привлекать работников только первой категории, для продукции третьего вида необходимо привлекать работников и первой и второй категории.

Рассчитайте оптовые цены для всех трех видов продукции при условии, что структура производства выглядит следующим образом: A: 70%, B: 20%, C: 10%.

Расчет проведите исходя из метода учета полных затрат и переменных затрат. Выберите наилучшую комбинацию методов ценообразования. Норма прибыли для предприятия равна 15%.

Название статьи расходов	**Расходы (тыс. руб)**

Аренда производственных помещений	10 000
Аренда административного помещения	2 000
Заработная плата администрации	2 000
Заработная плата производственных работников 1 категории (месяц)	1 200
Заработная плата производственных работников 2 категории (месяц)	1 600
Стоимость сырья А (на тыс. ед. прод.)	80
Стоимость сырья В (на тыс. ед. прод.)	10
Стоимость сырья С (на тыс. ед. прод.)	45
Оплата коммунальных расходов	1 000
Стоимость хранения товара (на тыс. ед. прод.)	10
Транспортные расходы (на тыс. ед. прод.)	12
Маркетинговые расходы	200

Примерный тест

1. Маркетинг как вид управленческой деятельности базируется на:

A. расчете прибыли
B. рекламной деятельности
C. многовариантных экономических расчетах
D. организационных условиях деятельности фирмы

2. Применение концепции коммерческих усилий подразумевает:

A. сосредоточенность на нуждах продавца
B. сосредоточенность на достижении маркетинговой цели
C. сосредоточенность на нуждах потребителя
D. сосредоточенность на психологической обработке клиента

3.Стратегическое планирование – это:

A.постоянный процесс систематического принятия решений (с учетом риска) в области предпринимательства с пониманием возможных перспектив, организация систематических усилий по выполнению этих решений и оценки результатов данных решений относительно теоретических прогнозов путем организации постоянной обратной связи

B.орудия конкурентной борьбы

C.это план действий, предназначенный для достижения конкретных долговременных целей

D.процесс взаимодействия организации со своим окружением, постановки краткосрочных целей и достижения текущих целей путем продуктивного и эффективного размещения ресурсов

4.Процесс взаимодействия организации со своим окружением, постановки долгосрочных целей и достижения бизнес-целей путем продуктивного и эффективного размещения ресурсов это:

A.контроль

B.оперативная деятельность

C.тактика

D.стратегия

5.Сбор информации о предприятиях поставщика с уточнением их возможностей и ограничений это:

A.анализ производственных возможностей поставщика

B.анализ ценности

C.анализ качества

D.контактный анализ

6.К важнейшим задачам стратегического анализа относятся:

A.обоснование стратегических планов

B. оценка ожидаемого выполнения стратегических планов

C.предоставление информации для принятия стратегических управленческих решений

D.все ответы верны

7. Если предприятие принимает решение активно действовать только в одном сегменте рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

A. Агрегированный маркетинг

B. Дифференцированный маркетинг

C. Концентрированный маркетинг

D. Недифференцированный маркетинг

8. Если предприятие принимает решение активно действовать на всем рынке без разработки различных продуктов и/или маркетинговых программ для каждого сегмента рынка, то это решение может быть охарактеризовано как:

A. Агрегированный маркетинг

B. Дифференцированный маркетинг

C. Концентрированный маркетинг

D. Недифференцированный маркетинг

9. Позиционирование товара это:

A. определение его конкурентоспособности

B. определение цены товара

C. обеспечение товару конкурентного преимущества и разработка соответствующего комплекса маркетинга.

D.анализ положения товара на рынке

10. Канал распределения состоит из совокупности:

A. Посредников по купли-продажи товара

B. Производителей и потребителей

C. Органов госконтроля

D. Средств массовой информации

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинг» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Маркетинг. Функции маркетинга.
2. Процесс стратегического маркетинга
3. Отличие маркетинга от сбыта
4. Маркетинг - философия бизнеса. Объясните это утверждение.
5. Отличие концепций маркетинга и интенсификации коммерческих усилий.
6. Сегментирование рынка: цели, задачи и принципы
7. Выбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара и предприятия на рынке.
8. Товарная политика. Продукт и производственная программа как инструмент маркетинга.
9. Анализ жизненного цикла товара как стратегический метод изучения продуктов и программ.

10.Возможности работы с продуктом: форма продукта, цвет, выбор материала, упаковка, маркировка и т. д.

11.Анализ эффективности идей о новых продуктах.

12.Ценовая политика предприятия.

13.Оптовая торговля. Формы предприятий оптовой торговли.

14.Розничная торговля. Формы предприятий розничной торговли.

15.Комплекс маркетинговых коммуникаций.

16.Разработка коммуникационной программы.

17.Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.

18.Методы сбыта товаров.

19.Служба маркетинга на предприятии.

20.Виды рекламы.

21. Какие факторы окружающей среды являются контролируемыми и неконтролируемыми.

22. Этапы проведения маркетинговых исследований.

23. Этапы принятия решения о покупке потребителями.

24. В чем отличие методов охвата рынка массового маркетинга от целевого маркетинга?

25. Из каких этапов состоит ЖЦТ? Охарактеризуйте уровень затрат и прибыли по этапам.

Задания 2 типа

1.Решения, связанные с продуктом: разработка новых продуктов и выход на рынок.

2.Решения, связанные с продуктом: источники и методы поиска идей о новых продуктах.

3.Ценообразование: на основе затрат, на базе изучения поведения потребителей, на основе конкуренции.

4.Тактические задачи ценообразования: скидки, услуги, кредиты и др.

5. Дистрибуция как процесс регулирования всех мероприятий, направленных на перемещение продукта от производителя к потребителям.

6.Выбор каналов сбыта при распределении (дистрибуции).

7.Личная продажа в комплексе маркетинговых коммуникаций.

8.Пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций.

9.Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций.

10.Методы прогнозирования сбыта.

11.Сущность конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности продукции и предприятия в целом. Модель конкурентных сил М. Портера.

12.Основные аспекты стратегического маркетинга: формулирование целей, выбор стратегий

13.Планирование программы маркетинга для конкретного продукта.

14.Система маркетингового контроля.

15.Использование маркетингового анализа в целях рекламы.

16. Какие факторы следует учитывать при выборе стратегии охвата рынка?

17. Уровни создания товара.
18. Какие функции выполняют этикетки?
19. Чем отличается товарный ассортимент от товарной номенклатуры?
20. Методы ценообразования для стимулирования сбыта.
21. Инструменты маркетинга для решения стратегических задач.
22. Инструменты маркетинга для решения тактических задач.
23. Методы ценообразования.
24. Что такое товародвижение?
25. Назовите основные средства стимулирования сбыта.

Задания 3 типа.

Ситуационная задача «*Анализ деятельности ОАО «Торговый Дом ЦУМ»*

ОАО "Торговый Дом ЦУМ" – торговая розничная компания, действующая на рынке розничной торговли непродовольственными товарами города Москвы на протяжении уже многих лет. ОАО "ТД ЦУМ" имеет вековую историю и устоявшиеся традиции обслуживания покупателей. Его торговая марка хорошо знакома многим поколениям москвичей и гостей столицы. ОАО "ТД ЦУМ" является одним из крупнейших розничных продавцов Москвы и расположен в центре города на пересечении множества пешеходных и автомобильных маршрутов между Большим и Малым театрами. ОАО "ТД ЦУМ" имеет хорошую репутацию на рынке, в деловых отечественных и зарубежных кругах.

Сведения о компании

Полное фирменное наименование компании: Открытое Акционерное Общество "Торговый дом ЦУМ"

Сокращенное наименование компании: ОАО "ТД ЦУМ"

В число акционеров входят Правительство г. Москвы, ведущие зарубежные и отечественные компании.

Площадь универмага составляет 32827,1 кв.м.

Торговая площадь и прилегающие к ней территории –16815,9 кв. м.

У ЦУМа есть филиалы, расположенные на территории г. Москвы:

1. Столешников переулок, 9 с площадью 169,3 кв. м.
2. Петровка, 15 – 780, 1 кв.м.
3. Петровка, 6 – 1302,7 кв.м.
4. Петрозаводская, 11 – 1996,5 кв.м.

Также у ЦУМа имеется свое складское хозяйство – база «Коптево».

В 1996 году была произведена реконструкция ЦУМа. За девять месяцев ЦУМ преобразился в современное торговое предприятие. Торговая площадь была расширена за счет занятого раньше подсобными помещениями пятого этажа, что составило с прилегающими к ней территориями – 16815,9 кв. м, собственная торговая площадь составляет примерно 60%, а 40% сдается в аренду. На ней размещены 72 торговые секции. В ЦУМе используются прогрессивные методы обслуживания, такие как самообслуживание (его 79,5% удельный вес составляет 79,5%, а с учетом арендаторов – 84,5%), что

позволяет расширить ассортимент и увеличить товарооборот магазина. Все секции укомплектованы системой по защите товаров от краж, что позволило разместить в одной секции большее количество товара. Увеличение площадей позволило расширить ассортимент. На добавленном пятом этаже теперь продают аудио-видео продукцию, бытовую технику, компьютеры, мебель. Доля товарооборота ЦУМа в суммарном товарообороте группы средних и крупных предприятий розничной торговли г. Москвы в 2004г. возросла на 0,03% и составила 1,79% против 1,76% в 2003г. при неизменном количестве предприятий в выборке. Такой рост объясняется опережающими темпами роста товарооборота ЦУМа. Товарооборот среднего предприятия розничной торговли по непродовольственной группе товаров г.Москвы в 2004г. составил 65,050 млн.руб. Таким образом, ЦУМ по праву можно назвать одним из крупнейших розничных торговых предприятий г. Москвы на рынке непродовольственных товаров.

Вопросы и задания

1. Как влияет известность марки на объем продаж ЦУМа
2. Определить структуру площадей ЦУМа
3. Сколько метров ЦУМ сдает в аренду, какой % это составляет от всех площадей.
4. Определить средний метраж секции ЦУМа.
5. На какие стороны деятельности ЦУМ влияет расширение ассортимента за счет секций пятого этажа.
6. Определить во сколько раз товарооборот ЦУМа больше товарооборота среднего предприятия розничной торговли.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «Товароведение»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине..... **Ошибка! Закладка не определена.**

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы **Ошибка! Закладка не определена.**

III. Тематический план 7

IV. Содержание дисциплины 9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 21

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....25

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Товароведение» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 963.

Дисциплина «Товароведение» дает ответы на вопросы о том, какими основными категориями оперирует данная наука, о принципах, правила и методах классификации товаров, о формировании и управлении ассортиментом товаров, об основах категорийного менеджмента, рассматривает качество товаров как основную категорию товароведения, факторы, обеспечивающие качество продукции, свойства как объективную особенность материалов и изделий, номенклатуру потребительских свойств и основные показатели качества товаров, оценочную деятельность в товароведении и основы товарной экспертизы, требования к товарной информации продовольственных и непродовольственных товаров, законодательство в области защиты прав потребителей и вопросы правового регулирования товароведной деятельности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Товароведение» является теоретическая и практическая подготовка обучающихся в области теоретических основ товароведения и экспертизы, формированию у студентов теоретических знаний и практических навыков по основным вопросам организации и планирования товароведной деятельности, приобретению навыков оценки качества на всех этапах товародвижения. В курсе рассматриваются основополагающие вопросы товароведения и экспертизы: товар как объект коммерческой деятельности, экспертиза товаров как профессиональная исследовательская деятельность; условия формирования и сохранения количества и качества товаров в сфере производства и обращения; идентификация товаров и информационное обеспечение процесса товародвижения.

Задачи дисциплины:

- изучение основных категорий товароведения и экспертизы товаров;
- овладение едиными методами и приемами анализа потребительной стоимости;
- усвоение научных знаний и приобретение практических навыков в области систематизации и кодирования товаров;
- приобретение навыков анализа и управления ассортиментом товаров;
- изучение потребительских свойств товаров и приобретение навыков построения и анализа номенклатуры потребительских свойств;
- анализ факторов, влияющих на формирование и сохранение качества товаров;
- приобретение навыков оценки и контроля качества товаров;
- освоение методов оценки уровня качества и конкурентоспособности товаров;
- ознакомление с основными видами товарных экспертиз, объектами, субъектами и средствами экспертизы товаров;
- освоение приемов и приобретение навыков идентификации товаров;
- изучение правил, порядка производства и оформления результатов экспертизы товаров;
- ознакомление с основными нормативными документами в области товароведения, экспертизы товаров и защиты прав потребителей.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать, содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	**ОПК-3**	**ОПК-3.2** использует современные методы исследования, представляет и формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы относительно природы торгово-экономических процессов	Знает применяет современные методы исследования качества товаров, определения дефектов потребительских товаров с целью обеспечения необходимого уровня качества товаров	Умеет проводит оценку качественных характеристик и диагностирует дефекты потребительских товаров, используя современные методы исследования, содержательно аргументирует полученные результаты	имеет практический опыт применения современных методавоценки качества, диагностирования дефектов товаров с целью обеспечения и сохранения необходимого уровня качества товаров	Контактная работа: Лекции Семинар Лабораторный практикум Ситуационный практикум Практикум по решению задач Самостоятельная работа
		ОПК-3.2 осуществляет анализ и оценку торгово-экономических процессов и явлений, предлагает и использует рациональные способы решения задач на основе анализа торговой деятельности	Знает нормативно-техническую документацию в области оценки качества товаров, совершенствования ассортимента и методы классификации и кодирования товаров с целью анализа торговой деятельности	Умеет работать с нормативной и технической документацией в области оценки качества, совершенствования ассортимента, использует в практической деятельности методы классификации и кодирования товаров; рациональные способы сохранения качества товаров	имеет практический опыт решения профессиональных задачи в сфере торговли, используя законодательные акты и нормативно-технические документы; рациональные способы обьеспечения сохранности товаров	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Предмет и основные категории товароведения и экспертизы	2	2								2	Семинар № 1/ 5
Тема 2. Классификация и кодирование товаров	4	2				2				2	Семинар № 2/ 5 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 1/ 5
Тема 3. Ассортимент товаров	4	2	4							2	Семинар № 3/ 5 Защита Практикума по решению задач № 1/ 5
Тема 4. Качество и свойства товаров	4	2				2				2	Семинар № 4/ 5 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 2/ 5

Тема 5. Потребительские свойства и показатели качества товаров	4	2	2	2		4				2	Семинар № 5/ 5 Защита Практикума по решению задач № 2/ 5 Защита Ситуационного практикума № 1/ 5 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 3/ 5
Тема 6. Оценочная деятельность в товароведении	4	2		2						4	Семинар № 6/ 5 Защита Ситуационного практикума № 2/ 5
Тема 7. Основы экспертизы потребительских товаров	4	2	2			4				4	Семинар № 7/ 5 Защита Практикума по решению задач № 3/ 5 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 4/ 5
Тема 8. Информация о товаре	4	2				4				4	Семинар № 8/ 5 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 5/ 5
Тема 9. Правовое регулирование товароведной деятельности	2	2		2						6	Семинар № 9/ 5 Защита Ситуационного практикума № 3/ 5
Всего:	**32**	**18**	**8**	**6**		**16**			**0**	**28**	
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Предмет и основные категории товароведения и экспертизы

Предмет товароведения – потребительная стоимость. Две стороны товара – стоимость и потребительная стоимость. Основные характеристики потребительной стоимости – индивидуальная и общественная, единичная и совокупная, потенциальная и реальная. Качественная и количественная определенность потребительной стоимости. Основные категории товароведения: потребительная стоимость, качество; потребительские свойства; показатели качества; требования, предъявляемые к товару; уровень качества; оценка и контроль качества; ассортимент; конкурентоспособность и проч. Взаимосвязь основных категорий товароведения. Содержание товароведения. Этапы становления товароведения как науки. Современные задачи, стоящие перед товароведением. Профессиональные задачи в сфере товароведения с применением законодательных актов и нормативно-технической документации

Тема 2. Классификация и кодирование товаров

Классификация товаров: понятие, общие принципы и правила классификации. Классификационные признаки. Методы классификации: понятие, применение, достоинства и недостатки. Виды классификации товаров: экономико-статистическая, товароведная, торговая, стандартная, внешнеэкономическая и проч. Классификаторы: понятие, назначение, структура. Уровни и виды классификаторов. Принципы построения и основные классификационные группировки Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД2). Принципы построения и особенности систематизации товаров в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД). Кодирование товаров. Регистрационный и классификационный методы кодирования. Штриховое кодирование. Символика и структура линейного штрихового кода. Идентификация товаров с помощью линейных и матричных кодов.

Тема 3. Ассортимент товаров

Ассортимент товаров как сложная система и объект управления. Виды ассортимента: промышленный и торговый; развернутый и укрупненный; сложный и простой и т.п. Показатели ассортимента: широта, полнота, глубина, устойчивость, новизна, структура. Понятие ассортиментного перечня. Перечень социально-значимых товаров. Формирование ассортимента: понятие, принципы, цели. Факторы, влияющие на формирование ассортимента. Особенности формирования промышленного и торгового ассортимента. Роль товарных категорий в ассортименте торговых предприятий. Управление ассортиментом как часть стратегии торгового предприятия. Значение товарных марок в оптимизации

ассортимента. Основные направления совершенствования ассортимента. Анализ ассортиментной политики торгового предприятия. Основные этапы анализа. Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие ассортиментную политику торговых предприятий.

Тема 4. Качество и свойства товаров

Качество – основная категория товароведения. Потребности, их виды и роль в формировании требований к товарам. Факторы, влияющие на формирование потребностей: демографические, экономические, социальные, технологические. Роль качества в повышении конкурентоспособности продукции. Способы оценки и пути повышения конкурентоспособности. Классификация требований, предъявляемых к товарам. Текущие и перспективные требования. Общие и специфические требования. Обязательные и рекомендуемые требования. Значение экономических требований в формировании качества продукции. Показатели качества, их классификация и роль в общей оценке качества. Факторы, обеспечивающие качество товаров. Факторы, формирующие качество продукции. Факторы, сохраняющие качество товаров. Классификация продовольственных товаров по сохраняемости. Потери товаров: виды, причины возникновения, меры по предупреждению и сокращению потерь. Нормативные документы, регламентирующие товарные потери. Понятие дефекта (несоответствия). Классификация дефектов по причинам возникновения, по степени значимости, по возможности обнаружения и устранения, по степени распространения, по возможности устранения и т.д.

Свойство как объективная особенность материалов и изделий. Естественные свойства товаров: понятие, классификация, значение. Химические свойства товаров. Физические свойства товаров. Биологические свойства товаров.

Тема 5. Потребительские свойства и показатели качества товаров

Потребительские свойства товаров: понятие, классификация, значение в оценке качества. Функциональные свойства: совершенство выполнения основной функции, универсальность применения, совершенство выполнения вспомогательных функций. Химический состав продовольственных товаров. Понятие пищевой ценности.

Классификация и характеристика веществ, входящих в состав пищевых продуктов и их значение для организма. Надежность товаров: долговечность, безотказность, ремонтопригодность, сохраняемость. Понятие работоспособности, износа, отказа. Эргономические свойства товаров: антропометрические, физиологические (гигиенические), психофизические и психофизиологические, психологические. Особенности пищевой ценности продовольственных товаров. Эстетические свойства товаров: информационная выразительность, рациональность формы, целостность композиции, совершенство

производственного исполнения и стабильность товарного вида. Технологические свойства: понятие, особенности применения, значение в оценке качества товаров. Безопасность товаров: химическая, биологическая, физиологическая, акустическая, вибрационная, электромагнитная, электрическая, радиационная, механическая, пожарная, термическая и т.п. Правовое регулирование безопасности товаров. Экологические свойства: свойства, влияющие на атмосферу, почву; гидросферу; живые организмы. Виды загрязнителей и разрушителей, содержащиеся в товаре и выделяемые товаром при его производстве, эксплуатации или утилизации: химические, физические и биологические. Источники экологических загрязнений: технологические, предреализационные, эксплуатационные и утилизационные. Способы утилизации товаров и их отходов: повторная промышленная переработка, уничтожение.

Тема 6. Оценочная деятельность в товароведении

Оценочная деятельность в товароведении: понятие, цели и принципы, виды, особенности, методы. Понятие фальсификации товаров. Методы определения показателей качества. Объективные методы: понятие, особенности и область применения. Измерительные методы. Регистрационный метод. Расчетные методы. Методы опытной эксплуатации. Достоинства и недостатки каждого метода. Эвристические методы: понятие, особенности и область применения. Органолептический метод. Экспертный метод. Социологический метод. Достоинства и недостатки каждого метода. Контроль качества товаров: понятие, цели, задачи. Виды контроля качества. Количественные характеристики товаров. Понятие «партия продукции». Требования, предъявляемые к выборке (пробе). Правила и методы отбора проб. Сплошной и выборочный контроль: понятие, условия применения. Статистические методы контроля качества: контроль качества по количественному и качественному признакам. Уровни контроля. Жесткость контроля. Риск поставщика и риск потребителя. Уровень качества: понятие, цели, задачи, значение. Порядок оценки уровня качества. Методы оценки уровня качества: дифференциальный, комплексный, смешанный.

Тема 7. Теоретические основы экспертизы товаров

Экспертиза: понятие, виды, принципы, отличительные особенности. Виды и типовые задачи товарной экспертизы. Объекты экспертизы товаров: основные и дополнительные. Товары, как основные объекты экспертизы. Стандартные и нестандартные товары. Условно пригодные нестандартные товары. Опасные товары. Потенциально опасные товары. Новые товары. Субъекты экспертизы товаров: физические и юридические лица. Эксперты, главные эксперты, консультанты, ведущие специалисты, экспертные организации, органы по сертификации, испытательные лаборатории и центры, дегустационные советы, экспертные комиссии. Особенности экспертизы различных видов, порядки их производства,

объекты, субъекты, документы (санитарно-эпидемиологическая, экологическая, ветеринарно-санитарная экспертиза).

Правила организации и производства экспертизы товаров в экспертной организации. Правовые основания для производства экспертизы. Основания для отказа в проведении экспертизы. Особенности экспертизы товаров (продукции), являющихся носителями сведений, составляющих государственную тайну. Особенности организации и проведения дополнительной, повторной и контрольной экспертиз. Экспертиза товаров по качеству и количеству. Порядок и правила оформления результатов экспертизы.

Тема 8. Информация о товаре

Информация о товаре: понятие, задачи, требования. Правовое регулирование содержания информации для потребителей. Информация о товаре. Информация о предприятии торговли: содержание, требования, места расположения. Виды информации: маркировка, нормативные и технические документы, реклама, каталоги, проспекты, буклеты и др. Носители информации о товарах: виды, требования, реквизиты. Маркировка товаров: понятие, виды, содержание, требования. Информация о продовольственных и непродовольственных товарах. Информационные знаки: виды, назначение. Товарные знаки. Национальные и транснациональные знаки. Знаки качества. Манипуляционные, предупредительные, эксплуатационные и экологические знаки.

Тема 9. Правовое регулирование товароведной деятельности

Законодательство РФ в области защиты прав потребителей. Права потребителей. Имущественная ответственность при нарушении прав потребителей: сроки, размеры, виды. Порядок представления исков. Мировое соглашение. Защита прав потребителей при продаже товаров. Понятие недостатка и существенного недостатка товаров. Сроки предъявления претензий. Условия устранения недостатков или замены товара. Последствия нарушения прав потребителей при продаже товаров. Защита прав потребителей при выполнении работ (оказании услуг). Права потребителей при обнаружении недостатков выполненной работы. Государственные и общественные организации по защите прав потребителей: права, функции.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Товароведение» используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторные практикумы, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя. направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций студентам рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии воспроизвести изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с указанной основной и дополнительной литературой, подготовиться к зачету.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. Способствуют формированию умения самостоятельного поиска, обобщения и анализа информации, навыков выступать, мыслить логически, аргументировано излагать сою точку зрения по обсуждаемому вопросу, критически оценивать выступления остальных участников, развивать культуру ведения дискуссии.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии на семинаре

Дискуссия – целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии – обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

– ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

– получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

– получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения решения задач необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов по решению задач

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Порядок проведения практикума по решению задач

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

Выполнение заданий практикума.

1. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
2. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

– ознакомиться с соответствующими разделами программы

дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

– получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;

– использовать под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума

– получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, цель которого состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и устного изложения собственных мыслей. Использование кейс - метода направлено на формирование умений мыслительной деятельности, способности воспринимать поток информации, оценивать условия и факторы осуществления торговой деятельности в практических ситуациях развития торгового дела

Ситуационный практикум должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках курса, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Элементы содержания ситуационного практикума:

1. Выделение основной проблемы;
2. Краткая формулировка собственного взгляда, видения проблемы;
3. Анализ различных научных взглядов психологов, социологов, политиков, писателей и др. на данную проблемы;
4. Авторский вывод из приведенных суждений (авторская позиция).

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Товароведение» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
Тема 1. Предмет и основные категории товароведения и экспертизы	Основные характеристики потребительной стоимости – индивидуальная и общественная, единичная и совокупная, потенциальная и реальная. Этапы становления товароведения как науки. Современные задачи, стоящие перед товароведением	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару	Участие в дискуссии на семинаре
Тема 2. Классификация и кодирование товаров	Принципы построения и особенности систематизации товаров в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД). Идентификация товаров с помощью линейных и матричных кодов.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму	Участие в дискуссии на семинаре Отчет по лабораторному практикуму
Тема 3. Ассортимент товаров	Особенности формирования промышленного и торгового ассортимента. Значение товарных марок в оптимизации ассортимента. Нормативно-правовые акты РФ, регулирующие ассортиментную политику торговых предприятий.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	. Участие в дискуссии на семинаре Отчет по практикуму по решению задач
Тема 4. Качество и свойства товаров	Значение экономических требований в формировании качества продукции. Классификация продовольственных товаров по сохраняемости. Классификация	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по	Участие в дискуссии на семинаре Отчет по лабораторному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
	дефектов по причинам возникновения, по степени значимости, по возможности обнаружения и устранения, по степени распространения, по возможности устранения и т.д.	лабораторному практикуму	
Тема 5. Потребительские и показатели качества товаров	Технологические свойства: понятие, особенности применения, значение в оценке качества товаров. Источники экологических загрязнений: технологические, предреализационные, эксплуатационные и утилизационные. Способы утилизации товаров и их отходов: повторная промышленная переработка, уничтожение.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к практикуму по решению задач, лабораторному и ситуационному практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Участие в дискуссии на семинаре Отчеты по практикуму по решению задач, лабораторному и ситуационному практикумам
Тема 6. Оценочная деятельность в товароведении	Правила и методы отбора проб. Сплошной и выборочный контроль: понятие, условия применения. Уровни контроля. Жесткость контроля. Риск поставщика и риск потребителя.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Участие в дискуссии на семинаре Отчет по ситуационному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
Тема 7. Основы экспертизы потребительских товаров	Особенности экспертизы различных видов, порядки их производства, объекты, субъекты, документы (санитарно-эпидемиологическая, экологическая, ветеринарно-санитарная экспертиза). Особенности экспертизы товаров (продукции), являющихся носителями сведений, составляющих государственную тайну. Особенности организации и проведения дополнительной, повторной и контрольной экспертиз.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к практикуму по решению задач и лабораторному практикуму, подготовка отчетов по практикумам	Участие в дискуссии на семинаре Отчеты по практикуму по решению задач и лабораторному практикуму
Тема 8. Информация о товаре	Информация о предприятии торговли: содержание, требования, места расположения. Манипуляционные, предупредительные, эксплуатационные и экологические знаки.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Участие в дискуссии на семинаре Отчет по лабораторному практикуму
Тема 9. Правовое регулирование товароведной деятельности	Понятие недостатка и существенного недостатка товаров. Государственные и общественные организации по защите прав потребителей: права, функции	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Участие в дискуссии на семинаре Отчет по ситуационному практикуму

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Райкова, Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник / Е.Ю. Райкова. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 412 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru

Дополнительная литература:

2. Грибанова, И.В. Товароведение: учебное пособие: [12+] / И.В. Грибанова, Л.И. Первойкина. – 2-е изд., стер. – Минск: РИПО, 2016. – 360 с. – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru

3. Зонова, Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие / Л.Н. Зонова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова; отв. ред. Ж.Ю. Койтова. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 192 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru

4. Косарева, О.А. Теоретические основы товароведения: учебник: [16+] / О.А. Косарева. – Москва: Университет Синергия, 2017. – 177 с.: ил., табл. – (Легкий учебник). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub

5. Петрище, Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник / Ф.А. Петрище. – 5-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 508 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru

6. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров: учебник / Т.И. Чалых, Е.Л. Пехташева, Е.Ю. Райкова и др.; под ред. Т.И. Чалых, Н.В. Умаленовой. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 760 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа:– URL: http://biblioclub.ru

7. Товароведение однородных групп продовольственных товаров: учебник / Л.Г. Елисеева, Т.Г. Родина, А.В. Рыжакова и др.; под ред. Л.Г. Елисеевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 950 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru

Нормативно-правовые документы:

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ.

2. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей»

3. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»

4. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции»

5. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции»

6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей»

7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 034/2013 «О безопасности мяса и мясной продукции»

8. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию»

9. ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» (с Изменениями № 1, 2)

10. ГОСТ Р 53917-2010 «Обувь. Маркировка»

11. ГОСТ 10581-91 «Изделия швейные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение» (с Изменением № 1, с Поправкой)

12. ГОСТ Р 53196-2008 (ИСО 10713:1992) «Ювелирные изделия. Покрытия сплавами на основе золота».

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
2.	Электронная библиотека – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
3.	Официальный сайт правовой и нормативно-технической документации – Консорциум КОДЕКС	http://docs.cntd.ru
4.	Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека	http://www.rospotrebnadzor.ru/
5.	Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии	https://www.gost.ru/portal/gost
6.	Официальный сайт Российской системы качества – Роскачество	https://roskachestvo.gov.ru/
7.	Официальный сайт Росконтроль – независимая экспертиза товаров	https://roscontrol.com/
8.	Официальный сайт Общества защиты прав потребителей	http://www.ozpp.ru/
9.	Центр независимой потребительской экспертизы	www.cnpe.spb.ru/
10.	Международная конфедерация обществ потребителей	www.konfop.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- лаборатория товароведения, оснащенная лабораторным оборудованием; мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Дискуссия на семинаре	5-4 – распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение не менее 5 выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; 3-2 – распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение не менее 3 выступлений, точка зрения не достаточно аргументирована, но обоснована 1 – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.
2.	Лабораторный практикум	5-4 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 3-2 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 1 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, определены соответствующие характеристики, имеются ошибки при выполнении работы, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание работы содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.
3.	Ситуационный практикум	5-4 баллов – участники мини-группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 3-2 баллов – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 1 баллов – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект корпоративного имиджа, в последующей дискуссии принимали не слишком активное
4.	Практикум по решению задач	5-4 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 3-2 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 1 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, определены соответствующие характеристки, имеются ошибки при выполнении работы, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы;

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		0 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание работы содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые вопросы к семинарам</u>

Семинар № 1 Предмет и основные категории товароведения и экспертизы

Студенты самостоятельно подробно изучают предмет и основные категории товароведения и экспертизы. На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Двойственная сущность товаров: потребительную стоимость и стоимость товаров.
2. Товароведение как наука о потребительной стоимости
3. Связь товароведения с другими науками и научными дисциплинами.
4. Характеристика объектов и субъектов товароведения.
5. Каковы различия в понятиях «продукция» и «товар»?
6. Основополагающие характеристики товара, составляющие его потребительную стоимость
7. Особенности современного этапа развития товароведения.
8. Роль товароведения в решении ключевых задач управления качеством.
9. Место товароведения в условиях глобальной экономики.
10. Роль товароведения в международном товарообмене.

Семинар № 2 Классификация и кодирование товаров

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы классификации и кодирования товаров. На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Основные направления развития систем классификации товаров.
2. Торговая классификация и ее значение в условиях рыночной экономики.
3. Классификация товаров по частоте и характеризуемому спросу.
4. Межгосударственные классификаторы, структура и особенности построения.
5. Матричное кодирование, особенности, назначение.
6. Сравнительный анализ методов классификации товаров.
7. Значение классификации в торгово-оперативной деятельности.
8. Значение классификации для международной торговли.
9. История развития штрихового кодирования.
10. Сравнительный анализ методов кодирования.

Семинар № 3 Ассортимент товаров

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы формирования и совершенствования ассортимента товаров. На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Понятие ассортиментного перечня и его отличие от ассортиментного минимума.
2. Факторы, влияющие на формирование ассортимента.
3. Принципы формирования ассортимента товаров.
4. Стратегия управления ассортиментом.
5. Методы оптимизации ассортиментного перечня
6. Методы формирования ассортимента торговых предприятий различного профиля.
7. Влияние перечня социально-значимых товаров на формирование ассортимента.
8. Стратегические задачи управления ассортиментом.
9. Оперативные задачи по управлению ассортиментом.
10. Анализ ассортиментной политики торгового предприятия.

Семинар № 4 Качество и свойства товаров

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы качества и свойств товаров. На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Роль качества в повышении конкурентоспособности продукции.
2. Значение экономических требований в формировании качества продукции.
3. Стратегии качества на рынке потребительских товаров.
4. Виды и режимы переработки сельскохозяйственной продукции.
5. Экология и упаковка.
6. Государственное регулирование товарных потерь.
7. Определение терминов: свойство, потребительские свойства, качество.
8. Показатели, характеризующие химические свойства.
9. Показатели, характеризующие физические свойства материалов и изделий.
10. Показатели, характеризующие биологические свойства.

Семинар № 5 Потребительские свойства и показатели качества товаров

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы потребительских свойств и показателей качества товаров. На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Особенности оценки потребительских свойств продовольственных и непродовольственных товаров.

2. Значение эстетических свойств в формировании качества товаров.

3. Построение развернутой номенклатуры потребительских свойств отдельной группы товаров.

4. Правовое регулирование безопасности продукции.

5. Влияние эстетических свойств упаковки на общую оценку качества.

6. Значение эргономики в современном дизайне.

7. Пищевые красители: понятие, классификация, нормы

8. Акустическая безопасность и современные средства мобильной связи.

Семинар № 6 Оценочная деятельность в товароведении

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы оценочной деятельности в товароведении. На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Роль идентификации в товароведной деятельности.

2. Сравнительный анализ экспертизы и контроля качества.

4. Методы выявления фальсифицированных товаров.

5. Основные правила выполнения технических измерений.

6. Сенсорный анализ: понятие, цели, задачи, особенности проведения.

7. Методика проведения экспертной оценки качества методом ранжирования.

8. Оценка согласованности мнений экспертов.

9. Изучение мнений потребителей с помощью модели Кано.

10. Научные и практические задачи, решаемые с помощью оценки уровня качества.

Семинар № 7 Основы экспертизы потребительских товаров

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы оценочной деятельности в товароведении. На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Основные понятия в области экспертизы и ее важнейшие группы.

2. Цели и задачи учебной дисциплины и профессиональной деятельности по товарной экспертизе.

3. Основные принципы товарной экспертизы.

4. С какими видами товарной экспертизы связан принцип безопасности и почему?

5. Как подразделяется товарная экспертиза в зависимости от номенклатуры требований?

6. По каким классификационным признакам товарная экспертиза подразделяется на классификационные группировки?

7. Чем отличаются повторные и дополнительные экспертизы от первичных?

9. В чем разница между комиссионными и комплексными экспертизами?

9. В каких ситуациях товарная экспертиза носит обязательный характер, а в каких — добровольный?

Семинар № 8 Информация о товаре

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы товарной информации. На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Роль информации о товарах в условиях глобальной экономики.

2. Значение маркировки в экспортных и импортных операциях.

3. Транспортная (грузовая) маркировка: понятие, цели, задачи, содержание.

4. Роль маркировки в обеспечении безопасности товаров.

5. Понятие и функции товарного знака.

6. Содержание обязательной информации о товаре

7. Особенности информации о непродовольственных товарах.

8. Особенности информации о продовольственных товарах.

9. Маркировка товара как средство его идентификации.

10. Технология товародвижения с использованием современных способов кодирования

Семинар № 9 Правовое регулирование товароведной деятельности

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы правового регулирования товароведной деятельности. На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для обсуждения на семинаре:

1. Право потребителя на информацию о товаре.
2. Право потребителя на безопасность.
3. Право потребителя на защиту.
4. Мировое соглашение: понятие, правовое поле, правила принятия.
6. Безопасность и защита прав потребителей.
7. Анализ изменений, внесенных в закон «О защите прав потребителей».
8. Федеральные органы исполнительной власти по защите прав потребителей.
9. Общественные организации по защите прав потребителей.
10. Международные организации в области защиты прав потребителей.

<u>Типовые задания к лабораторным практикумам</u>

Лабораторный практикум № 1 по теме: Классификация и кодирование товаров

Задание 1. Составить схемы классификации показателей качества исследуемых товаров однородной группы или вида. Укажите на схеме ступени, признаки на этих ступенях и глубину классификации при иерархическом методе.

Задание 2. На основании анализа нормативно-технических документов составить самостоятельно две схемы классификации товаров иерархическим методом (не менее 3-х ступеней) и фасетным (не менее 3-х независимых группировок). Объектами классификации могут служить товары по выбору.

Лабораторный практикум № 2 по теме: Качество и свойства товаров

Задание. По четырем национальным стандартам выявить основные показатели качества продовольственных и непродовольственных товаров. Результаты записать по следующей форме:

Вид продукции	Наименование и обозначение стандарта	Перечень основных показателей	Характеризуемые потребительские свойства

Лабораторный практикум № 3 по теме: Потребительские свойства и показатели качества товаров

Определить комплексный показатель качества подкладочной ткани по следующим данным:

Наименование	**Значение показателя**	**Коэффициент**

показателя	исследуемого образца	базового образца	весомости
Разрывная нагрузка, даН			
по основе	41	48	0,10
по утку	22	27	0,10
Усадка после стирки, %			
по основе	5	4,7	0,15
по утку	2	1,5	0,15
Прочность к воздействию, баллы			
Пота	3,5	4,0	0,10
Мыла	3,5	4,0	0,10
Воды	4,0	4,0	0,10
Колористическое оформление, баллы	3,0	3,0	0,10
Отделка ткани, баллы	3,0	4,0	0,07
Структура, баллы	4,0	4,0	0,03

Рассчитать комплексный показатель качества продукции, используя формулу средней взвешенной арифметической. Сделать вывод о качестве характеризуемого образца.

Лабораторный практикум № 4 по теме: Основы экспертизы потребительских товаров

Задание 1. В экспертную организацию торгово-промышленной палаты поступила заявка от оптовой плодоовощной базы «Одинцовская» на проведение товароведной экспертизы товарной партии картофеля. К заявке приложено качественное удостоверение на товарную партию. Руководство экспертной организации, рассмотрев заявку, приняло решение о направлении группы экспертов для проведения товароведной экспертизы.

Оформите заявку и наряд на проведение экспертизы товарной партии. Данные для заполнения заявки приведены в качественном удостоверении.

Качественное удостоверение на картофель продовольственный

Номенклатура	Вариант	
	1	2
Отправитель	ООО «Верея»	
Получатель	Плодоовощная база «Одинцовская»	
Картофель стандартный, %	90	95
Ботанический сорт	Темп	Лорх
Количество упаковочных единиц	10	60
Вид тары	Контейнеры	Мешки
Средняя масса упаковки	700	50

Масс, кг брутто нетто	 8200 7000	 3050 3000
Дата: упаковки отгрузки	 3.09 5.09	 27.08 28.07
Вид транспорта	автомашина	автомашина
Транспортабельность, сутки	1	1
Дата поступления	5.09	28.08
ГОСТ	51808-2001	

Акт экспертизы оформляется на бланках строгой отчетности и состоит из трех частей: протокольной, констатирующей и заключения эксперта.

1. Протокольная часть акта экспертизы содержит номер акта экспертизы сведения об объекте экспертизы.

2. Констатирующая часть акта экспертизы включает в себя описание хода предъявленных документов, аргументированное изложение методов, результаты осмотра или исследования предмета экспертизы, произведенные расчеты и т.д.

3. В заключении формулируются обоснованные и краткие выводы на основании объективных и бесспорных объяснений эксперта, которые опираются на положения констатирующей части акта экспертизы.

При проведении товароведческой экспертизы Акт содержит следующие сведения:

- номер акта экспертизы;
- дата и место проведения экспертизы;
- ФИО эксперта и наименование экспертной организации;
- что предъявлено на экспертизу (наименование товара, его количество и т.д.);
- задача экспертизы – указывается задание, полученное экспертом от заказчика;
- наименование изготовителя, поставщика, грузоотправителя, грузополучателя;
- наименование и номер транспортных документов и транспортных средств;
- дата поставки товара;
- условия хранения товара;
- состояние упаковки;
- маркировка на упаковке и на товаре;
- количество товара, взятого в качестве образцов для проведения лабораторных и иных исследований;

- описание дефектов и несоответствий;
- заключение эксперта.

Задание 2. Составить акт товароведной экспертизы в произвольной форме, учитывая перечисленные выше критерии.

Лабораторный практикум № 5 по теме: Информация о товаре

Изучить маркировку одного непродовольственного и одного продовольственного товара разных товарных групп, установить наличие обязательных сведений в соответствии с требованиями нормативно-технических документов. Результаты оформить в виде таблицы и вывод (заключение). В заключении отметить наличие необходимых сведений, найти отличительные особенности маркировки, характерные для конкретной товарной группы.

<u>Типовые задания к ситуационным практикумам</u>

Ситуационный практикум № 1 по теме: Потребительские свойства и показатели качества товаров

Ситуация 1. Нарушение температуры транспортирования скоропортящейся продукции: доставка апельсинов и грейпфрутов свежих в прицепе автомашины с рефрижераторной установкой, которая в пути следования вышла из строя при отрицательных температурах окружающего воздуха (зимой). В результате продукция доставлена в подмороженном виде, подавляющее количество подмороженных фруктов находилось у дверей.

Вопрос и задание:

1. Какой должна быть температура при транспортировке апельсинов и грейпфрутов в рефрижераторных транспортных средствах?
2. Изучить по нормативным документам требования к транспортировке и условию хранения апельсинов и грейпфрутов.

Ситуация 2.

Нарушение температуры транспортирования скоропортящейся продукции: доставка томатов и огурцов свежих в прицепе автомашины с рефрижераторной установкой в летний период, сбор овощей производился в естественных жарких условия (+40оС). Чтобы снизить температуру внутри прицепа автомашины водитель нарушил режим (интервалы и степень снижения). В результате продукция доставлена в подмороженном виде, подавляющее количество подмороженных овощей находилось у рефрижераторной установки.

Вопрос и Задание:

1. Какой должна быть температура при транспортировке томатов и огурцов свежих в рефрижераторных транспортных средствах?
2. Изучить по нормативным документам требования к транспортировке и условию хранения огурцов и томатов.

Ситуация 3. Повышенная влажность хранения и транспортирования продукции легкой промышленности, особенно из натуральных материалов, текстильных товаров из шерсти: повышенная влажность при длительной

доставке водным транспортом.

Задания:

1. Изучить и перечислить требования к транспортированию текстильных товаров из шерсти.

2. Изучить технические требования к упаковке при повышенной влажности для тканей из шерсти.

Ситуация 4. Ненадлежащее хранение и условия продажи промышленных товаров: при длительном воздействии солнечного света цвета выгорают (швейные изделия из натуральной кожи).

Задание:

1. Изучить и перечислить условия и особенности хранения швейных изделий.

Ситуационный практикум № 2 по теме: Оценочная деятельность в товароведении

Для проведения органолептической оценки продуктов питания разработать дегустационные листы, используя 5-ти и 10-ти балльные шкалы. Произвести оценку двух продукции (внешний вид, цвет и состояние поверхности – визуально путем наружного осмотра; запах – на поверхности продукта.), результаты внести в дегустационные листы. Рекомендуется провести обсуждение и обмен мнениями. Ситуационный практикум завершается обработкой дегустационных листов, путем вычисления среднего арифметического значения балльной оценки по каждому образцу по 5-ти и 10-ти балльной системе оценки.

Ситуационный практикум № 3 по теме: Правовое регулирование товароведной деятельности

Получив несколько задач, описывающих конкретную конфликтную ситуации в области защиты прав потребителей, рассмотреть ситуацию, используя законодательные документы, показать, как можно разрешить данную ситуацию, ссылаясь на требования Закона РФ «О защите прав потребителей» и иных подзаконных актов.

Типовые задания к практикумам по решению задач

Практикум по решению задач № 1 по теме: Ассортимент товаров

Задание. По полученным заданиям рассчитать основные показатели ассортимента торгового предприятия, определить его структуру, устойчивость и рациональность. Результаты произведенных расчетов оформить в виде таблицы и сделать соответствующие выводы.

Практикум по решению задач № 2 по теме: Потребительские свойства и показатели качества товаров

Задание 1. Проанализировать разделы «Технические требования к качеству» трех стандартов на продукцию однородной группы. Выявить комплексные и единичные показатели. Указать, какие единичные показатели входят в состав комплексных. Заполнить таблицу.

Наименование продукции	Наименование показателей качества продукции	
	Комплексные	Единичные
Пример 1	вкус и запах	вкус
Пример 2	–	запах

Примечание: занесение в графу 2 наименования комплексного показателя должно сопровождаться записями в графе 3, а в графе 2 должен проставляться прочерк.

Задание 3. Выбрать любую однородную группу товаров, выписать из имеющихся в наличии действующих стандартов на эти товары показатели качества и разделить их по группам. Результаты оформить в виде таблицы.

Номер и название ГОСТа	Наименование товара в соответствии с показателем качества				
	Надежность	Эргономические	Эстетические	Экологические	Безопасности

Задание 4. Изучить основные виды безопасности товаров. Привести примеры товаров, к которым предъявляются требования по различным видам безопасности.

Практикум по решению задач № 3 по теме: Основы экспертизы потребительских товаров

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Товароведение» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Цели и задачи товароведения.
2. Товароведные характеристики товара. Общая классификация товаров, общие требования к товарам.
3. Классификация товаров: понятие, общие принципы и правила классификации. Основные признаки и методы классификации.
4. Кодирование товаров: структура, разновидности, применимость. Преимущества и недостатки методов кодирования.
5. Общая классификация потребительских товаров. Основные классификационные группировки Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД2).
6. Основные свойства и показатели ассортимента: определение, характеристика.
7. Ассортиментная политика: цели, задачи и основные направления совершенствования ассортимента.
8. Многоаспектность понятия качество. Определения качества в товароведении.
9. Факторы, влияющие на формирование потребностей. Взаимосвязь потребностей и требований, предъявляемым к товарам
10. Показатели качества, товарная номенклатура и ее роль в общей оценке качества.
11. Свойства товаров и их классификация по их природе: химические, физические, биологические и смешанные.
12. Градации качества товаров: стандартная, нестандартная, отход, брак.
13. Товарные потери: группы, вид и разновидности. Народнохозяйственное значение мероприятий по сокращению потерь.
14. Качественные потери: причины возникновения, порядок списания.
15. Классификация дефектов по различным классификационным признакам.
16. Характеристика основных групп потребительских свойств продовольственных товаров.
17. Характеристика основных групп потребительских свойств

непродовольственных товаров.

18. Формирование качества товаров. Классификация факторов, влияющих на качество, проявляющихся на этапах жизненного цикла продукции.

19. Сохранение качества и количества товаров. Классификация факторов, влияющих на сохраняемость, степень их значимости для торговли и потребителей.

20. Контроль качества товаров: понятие, цели, виды и задачи.

21. Методы используемые для оценки качества потребительских товаров, их достоинства и недостатки.

22. Товарная экспертиза: понятие, виды, принципы, отличительные особенности. Субъекты экспертизы товаров: физические и юридические лица.

23. Правила организации и производства экспертизы товаров. Правовые основания для производства и отказа в проведении экспертизы.

24. Информация о товаре: понятие, задачи, требования. Правовое регулирование содержания информации для потребителей.

25. Маркировка товаров: понятие, виды, содержание, основные требования к продовольственным и непродовольственным товарам.

Задания 2-го типа

1. Проанализируйте и дайте оценку основополагающим характеристикам товаров: ассортиментная, количественная, качественная.

2. Опишите субъекты товароведной деятельности и установите требования к ним, а также – нормативные документы, их регламентирующие.

3. Изложите принципы классификация товаров, разновидности метода, структуру, применимость. Обоснуйте ответ

4. Дайте описание общегосударственных классификаторов: виды, структура. Обоснуйте назначение каждого классификатора?

5. Проанализируйте показатели ассортимента товаров: широта, полнота, глубина, устойчивость и новизна. Опишите органолептический метод определения значений показателей качества товаров.

6. Охарактеризуйте и дайте оценку правилам отбора проб (выборок) товаров при проведении контроля качества.

7. Опишите основные группы показателей качества. В чем заключается деление на группы по методам определения.

8. Опишите принципы деления потребительских товаров на товарные сорта. Обоснуйте ответ. С какой целью это осуществляется?

9. Опишите порядок проведения выборочного контроля качества товарных партий. Каковы правила отбора проб?

10. В чем заключается статистический контроль по альтернативному признаку? Дайте характеристику выборки, приемочных и браковочных чисел.

11. Проанализируйте систему общих и специфичных характеристик единичных экземпляров, комплексных упаковочных единиц товаров и товарных партий.

12. Охарактеризуйте значение упаковки, ее виды. Какие требования к упаковке, на Ваш взгляд, наиболее значимы. Обоснуйте эффективность разных видов упаковки.

13. Опишите виды режимов хранения товаров. Каким образом показатели климатического режима влияют на сохраняемость?

14. Обоснуйте значимость санитарно-гигиенического режима хранения. Какие показатели и мероприятия по созданию и поддержанию режим хранения являются наиболее важны в розничной торговле?

15. Опишите методы хранения товаров. Проанализируйте эффективность разных методов.

16. Проанализируйте причины возникновения разных видов количественных потерь. Обозначьте порядок их описания.

17. Охарактеризуйте меры по предупреждению и снижению товарных потерь.

18. Опишите виды контроля качества товаров в зависимости от места его проведения и от полноты охвата контролируемых изделий.

19. Опишите виды контроля качества товаров в зависимости от сроков его проведения и влияния на объект контроля.

20. Дайте оценку содержанию общей информации о товарах, которое отражено в ФЗ «О защите прав потребителей».

21. Разъясните отличительные особенности срок годности, гарантийного срока, срока эксплуатации товара.

22. Разъясните сущность и значение таких элементов маркировки товаров как пиктограммы, товарные знаки.

23. Разъясните сущность и значение таких элементов маркировки товаров как информационные знаки.

24. Разъясните структуру штрихового кода товаров стандартов EAN-8 и EAN-13.

25. Опишите алгоритмы расчета контрольного число кода стандартов EAN-8, EAN-13 и ITF-14.

Задания 3-го типа

Задание № 1. Провести классификацию выбранной группы продовольственных или непродовольственных товаров по фасетному методу. Группы товаров взять из учебника товароведения.

Задание № 2. По двум стандартам системы «Система показателей качества продукции» выявить основные показатели потребительских товаров.

Задание № 3. Рассмотреть предложенные образцы непродовольственных товаров с дефектами. Сделать выводы, результаты оформить.

Задание № 4. Установлено, что в ящике с карамелью весом 15 кг вес крошки и разбитой карамели составляет 1,3 кг. Соответствует ли

содержание крошки и разбитой карамели установленным нормам по стандарту?

Задание № 5. На продовольственную базу прибыла партия куриных яиц из 20 ящиков. Сколько надо вскрыть ящиков и отобрать яиц для проверки их качества?

Задание № 6. Можно ли по представленному образцу выявить, является ли действительным сертификат соответствия, который прилагался к данной партии товара? Ответ аргументируйте. Обосновать свои выводы.

Задание № 7. В предложенных образцах упаковок от пищевых продуктов, используя информацию о пищевых добавках, определите их виды и назначение. Оформите в виде таблицы.

Задание № 8. На базу г. Москвы поступила цистерна с растительным маслом массой 10 т, после перекачки масла в бочки масса составила 9,998 т. рассчитайте фактическую убыль массы и сравните ее с нормами.

Задание № 9. Рассчитайте теоретическую энергетическую ценность овощного салата, состоящего из 120 г белокочанной капусты, 30 г моркови, 25 г яблока свежего и 12 г майонеза.

Задание № 10. Из 55 наименований продуктов в магазин поступило 10 новых видов. Рассчитайте степень обновления и коэффициент широты ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров для данного вида магазина – 120.

Задание № 11. Рассчитайте структуру ассортимента магазина «Ткани» в натуральном выражении, если на текущий момент имеется в наличии: ситца – 570 м., подкладочные – 590 м., мебельно-декоративной ткани – 350 м., батиста – 200 м., вельвета – 450 м.

Задание № 12. В ассортименте магазина имеются сыры Швейцарский, Голландский, Российский, Эдамский, Сулугуни, Рокфор. Первые четыре наименования относятся к группе твердых сычужных сыров. В российских стандартах предусмотрено 20 наименований таких сыров, еще 5 наименований поступает по импорту. Определить: действительный показатель полноты, базовый показатель полноты и коэффициент полноты твердых сычужных сыров в магазине.

Задание № 13. Рассчитайте структуру ассортимента магазина, имеющего в продаже: изделия верхнего трикотажа – 380 шт., белье – 250 шт., чулочно-носочных – 320 пар, головные уборы, шарфы – 180 шт.

Задание № 14. В 100 г молока питьевого 2,5% жирности содержится 2,9 г белка, 2,5 г жира, 4,8 г углеводов. Рассчитайте калорийность молока 250 г. молока.

Задание № 15. В магазин «Ароматический рай» поступило 15 ящиков минеральной воды «Боржоми», вместимостью каждого ящика 20 бутылок (0,5 л). В результате приемки было установлен бой в количестве 9 бутылок. Рассчитайте актируемые и нормируемые потери для данной партии воды.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Математика»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. Аннотация к дисциплине 3

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4

3. Тематический план 7

4. Содержание дисциплины 10

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 12

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 18

7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 21

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Математика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от № 963 от 12.08.2020

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Для успешного освоения данной дисциплины обучающийся должен владеть знаниями, умениями и навыками, сформированными школьной программной – знание элементарной математики, алгебры, элементарных функций, умение дифференцировать.

Дисциплина «Математика» имеет логические и методологические последующие связи с дисциплинами базовой части: «Финансовый менеджмент», «Управленческие решения».

Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины является формирование на основе изучения понятий и методов математики общекультурных, общепрофессиональных компетенций во всех видах деятельности, приобретение навыков использования методов математики в профессиональной деятельности. Вооружить будущего бакалавра в области менеджмента (предпринимательство) математическими знаниями, необходимыми для изучения ряда общенаучных дисциплин и дисциплин профессионального цикла.

Задачи изучения дисциплины:

- понимание математики как особого способа познания мира, общности ее понятий и представлений;
- создать фундамент математического образования, необходимый для получения профессиональных компетенций бакалавра в области менеджмента;
- воспитать математическую культуру и понимание роли математики в различных сферах предпринимательской деятельности;
- сформировать знания и навыки, необходимые для изучения ряда профессиональных дисциплин;
- развивать логическое мышление и творческий подход к решению профессиональных задач;

- привить навыки использования математического аппарата для решения прикладных задач.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	**ОПК-2**	**ОПК-2.1.** Знает основные понятия и методы высшей математики; методы решения типовых задач по основным разделам курса высшей математики; основные способы представления результатов	Знает 1)теоретические основы математики, необходимые для выполнения расчётов, необходимых на различных этапах торговли и организации торгового дела. 2) основные области применения математики при решении прикладных задач в рамках профессиональной деятельности.	Умеет 1)применять методы математики в задачах формирования различных моделей в области торговли и решении прикладных задач; 2)использовать математический язык и математическую символику при анализе и формировании расчетных характеристик на различных этапах организации	Имеет практический опыт применения математического инструментария для решения прикладных задач.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

				торгового дела		
		ОПК-2.2. Умеет применять математические методы при решении задач сбора, обработки и анализа данных; ставить и формализовать задачи в области сбора, обработки и анализа данных; использовать математические методы в технических приложениях	Знает 1)теоретические основы математики, необходимые для выполнения расчётов, необходимых на различных этапах торговли и организации торгового дела. 2) основные области применения математики при решении прикладных задач в рамках профессиональной деятельности.	Умеет 1)применять методы математики в задачах формирования различных моделей в области торговли и решении прикладных задач; 2)использовать математический язык и математическую символику при анализе и формировании расчетных характеристик на различных этапах организации торгового дела	Имеет практический опыт применения математического инструментария для решения прикладных задач.	
		ОПК-2.3 Имеет практический опыт построения математических моделей профессиональных задач; использования основных приемов обработки данных; содержательной интерпретации	1)теоретические основы математики, необходимые для выполнения расчётов, необходимых на различных этапах	1)применять методы математики в задачах формирования различных моделей в области торговли и решении	Имеет практический опыт применения математического инструментария для решения прикладных задач.	

		полученных результатов	торговли и организации торгового дела. 2) основные области применения математики при решении прикладных задач в рамках профессиональной деятельности.	прикладных задач; 2)использовать математический язык и математическую символику при анализе и формировании расчетных характеристик на различных этапах организации торгового дела		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА / балл
		Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стадии)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
очная форма											
Тема 1. Алгебра матриц	**ОПК -2.1 ОПК -2.2 ОПК -2.3**	1		4						4	Практикум по решению задач/5
Тема 2. Теория определителей	**ОПК -2.1 ОПК -2.2 ОПК -2.3**	1		4						4	Практикум по решению задач/5
Тема 3. Системы линейных алгебраических уравнений (СЛАУ)	**ОПК -2.1 ОПК -2.2 ОПК -2.3**	2		6						6	Практикум по решению задач/5 Контрольная работа по темам №1-3/15
Тема 4. Применение матричного исчисления к решению некоторых экономических и прикладных задач предпринимательства	**ОПК -2.1 ОПК -2.2 ОПК -2.3**	2		6						4	Практикум по решению задач/5 Контрольная работа по теме №4/10
Тема 5. Введение в математически	**ОПК -2.1 ОПК -2.2 ОПК -2.3**	2		4						4	Практикум по решению задач/5

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА / балл
		Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стадии)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
очная форма											
й анализ											
Тема 6. Теория пределов	**ОПК -2.1 ОПК -2.2 ОПК -2.3**	2		6						4	Практикум по решению задач/5
Тема 7. Дифференциальное исчисление функции одной переменной	**ОПК -2.1 ОПК -2.2 ОПК -2.3**	2		6						6	Практикум по решению задач/5 Контрольная работа по темам №5-7/15
Тема 8. Приложения производной	**ОПК -2.1 ОПК -2.2 ОПК -2.3**	2		6						6	Практикум по решению задач/5
Тема 9. Интегральное исчисление функции одной переменной	**ОПК -2.1 ОПК -2.2 ОПК -2.3**	2		6						6	Практикум по решению задач/5 Контрольная работа по темам №8,9/15
Всего:	**ОПК -2**	**16**		**48**						**44**	**100**
Контроль (час)		**36**									**экзамен**
Общая трудоемкость дисциплины (в часах)		**144**									
Общая трудоемкость дисциплины (в		**4**									

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА / балл
		Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стадии)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
очная форма											
зачетных единицах)											

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Алгебра матриц

Введение. Исторические сведения о возникновении и развитии математики. Предмет математики. Роль и место математики на современном этапе развития человеческого общества. Значение математики в деятельности бакалавра в области информационных технологий, финансиста, экономиста, бухгалтера и аудитора.

Определение матрицы. Виды матриц. Действия над матрицами и их свойства: сложение, умножение на число, произведение, возведение в целую неотрицательную степень, транспонирование. Элементы алгебры матриц в прикладных задачах организации торгового дела. Примеры.

Тема 2. Теория определителей

Основные понятия. Вычисление определителей 1-3 порядка, правило Саррюса, вычисление определителей n-го порядка. Свойства определителей. Понятие минора, алгебраического дополнения. Вычисление определителей путем разложения определителей по элементам некоторой строки или некоторого столбца. Формулы разложения.

Миноры и алгебраические дополнения. Обратная матрица, методы ее вычисления. Матричные уравнения. Ранг матрицы. Метод окаймляющих миноров для нахождения ранга матрицы. Метод Гаусса. Метод присоединенной матрицы для вычисления обратной матрицы. Линейная зависимость и независимость строк матрицы.

Тема 3. Системы линейных алгебраических уравнений (СЛАУ)

Общая теория систем линейных уравнений. Основные понятия и определения: СЛАУ, решение СЛАУ, совместная, несовместная, определенная, неопределенная СЛАУ, элементарные преобразования. Матричная форма СЛАУ. Теорема Кронекера-Капелли. Методы решения системы n линейных уравнений с n неизвестными. Метод обратной матрицы. Метод Крамера. Метод Гаусса. Метод Жордана-Гаусса. Структура общего решения неоднородной системы. Однородные системы линейных уравнений. Структура общего решения однородной системы. Матричные уравнения. Системы линейных уравнений в в прикладных задачах торгового дела. Примеры.

Тема 4. Применение матричного исчисления к решению некоторых экономических и прикладных задач предпринимательства

Линейные модели. Модель Леонтьева многоотраслевой экономики. Линейная модель обмена (модель международной торговли). Применение методов линейной алгебры при исследовании и решении экономических задач. Транспортная и производственная задачи. Модели принятия решений в условиях неопределенности и риска.

Тема 5. Введение в математический анализ

Понятие множества. Операции над множествами. Действительные числа. Модуль действительного числа. Числовая ось. Числовые множества; промежутки. Понятие функции. Основные способы задания функции. Область её определения. Сложные и обратные функции. График функции. Основные элементарные функции, их свойства и графики. Функции в торговом деле.

Тема 6. Теория пределов

Числовые последовательности. Арифметическая и геометрическая прогрессии. Предел числовой последовательности. Критерий Коши. Арифметические свойства пределов. Переход к пределу в неравенствах. Существование предела монотонной и ограниченной последовательности.

Предел функции в точке и в бесконечности. Бесконечно малые и бесконечно большие функции. Свойства предела функции. Односторонние пределы. Пределы монотонных функций. Замечательные пределы.

Непрерывность функции в точке. Непрерывные функции. Локальные свойства непрерывных функций. Непрерывность сложной и обратной функций. Непрерывность элементарных функций. Односторонняя непрерывность. Точки разрыва, их классификация. Сравнение функций. Символы о и О. Эквивалентные функции. Свойства функций, непрерывных на отрезке: ограниченность, существование наибольшего и наименьшего значений, промежуточные значения. Асимптоты графика функций.

Теория пределов в прикладных задачах торгового дела: предельные издержки.

Тема 7. Дифференциальное исчисление функции одной переменной

Понятие функции, дифференцируемой в точке. Производная функции, её смысл в различных задачах. Дифференциал функции, его геометрический смысл. Общее представление о методах линеаризации. Правила нахождения производной и дифференциала.

Производная сложной и обратной функций. Инвариантность формы дифференциала. Дифференцирование неявно заданных, параметрически заданных функций. Логарифмическое дифференцирование. Производные и дифференциалы высших порядков.

Примеры использования при решении прикладных задач торгового дела : издержки производства, производительность труда, функция потребления и сбережения, эластичность спроса.

Тема 8. Приложения производной

Теорема Ферма. Теоремы Ролля, Лагранжа, Коши, их применение. Правило Лопиталя.

Условия монотонности функции. Точка экстремума функции. Экстремумы функции, необходимое условие. Достаточные условия.

Отыскание наибольшего и наименьшего значений функции, дифференцируемой на отрезке. Исследование выпуклости функции. Точки перегиба. Общая схема исследования функции и построения графика.

Формула Тейлора. Разложение основных элементарных функций по формуле Тейлора. Применение формулы Тейлора для приближённых вычислений.

Примеры использования при решении прикладных задач торгового дела: максимальная прибыль, минимальные затраты.

Тема 9. Интегральное исчисление функции одной переменной

Первообразная, семейство первообразных. Неопределенный интеграл функции одной переменной. Свойства неопределенного интеграла. Основная таблица неопределенных интегралов.

Основные методы интегрирования. Интегрирование рациональных функций. Интегрирование некоторых иррациональностей. Некоторые интегралы, не выражающиеся через элементарные функции.

Определенный интеграл. Понятие определенного интеграла. Основные свойства определенных интегралов. Вычисление определенных интегралов. Приложение определенных интегралов к вычислению площадей, объемов и длин. Приближенное вычисление определенных интегралов.

Несобственные интегралы. Несобственные интегралы от непрерывных функций с бесконечными пределами. Несобственные интегралы от разрывных функций.

Примеры использования при решении прикладных задач торгового дела: выигрыши потребителей и поставщиков.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Математика» используются такие виды учебной работы, как лекции, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить

содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

– ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
– получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
– получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по выполнению контрольных работ

В соответствие с учебным планом каждый студент должен выполнить контрольные работы по дисциплине. Задачи контрольной работы выдаются преподавателем индивидуально по вариантам.

Правила:

– работа должна быть сдана за 10 дней до мероприятий промежуточной аттестации;

– студент обязан выполнять контрольные работы только своего варианта.

Контрольные работы следует выполнять в отдельной для каждой работы ученической тетради, оставляя поля для замечаний преподавателя. Рекомендуется оставлять в конце тетради несколько чистых страниц для исправлений и дополнений в соответствии с указаниями преподавателя.

На обложке тетради студент должен указать форму обучения, направление, профиль, курс, номер группы, свою фамилию, имя, отчество, номер работы, номер зачетной книжки, номер варианта; ученую степень (звание) фамилию, имя, отчество преподавателя.

В конце работы необходимо привести список.

Перед решением задачи каждого задания нужно полностью выписать ее условие. Если несколько задач имеют общую формулировку, переписывать следует только условие задачи нужного варианта. Решение каждой задачи студент должен сопровождать подробными объяснениями и ссылками на соответствующие формулы, теоремы и правила. Вычисления должны быть доведены до конечного числового результата. Ответы и выводы, полученные при решении задач, следует подчеркнуть.

В случае возвращения работы на доработку, следует переделать те задачи, на которые указывает преподаватель, а при отсутствии такого указания вся контрольная работа должна быть выполнена заново. Переделанная работа сдается на повторную проверку обязательно с не зачтенной ранее работой.

В случае возникновения затруднений студент может обратиться к преподавателю или на кафедру.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в

том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самопроверка

После изучения определенной темы по записям конспекта и учебнику, решения соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно, обучающемуся рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз разобраться в материале. Помните, недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. Если это имеет место быть, надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу.

Консультации

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удается, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах надо четко выразить, в чем испытываете затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

Подготовка к зачету

Подготовка к зачету способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. В процессе подготовки к зачету, ликвидируются имеющиеся пробелы в знаниях, углубляются, систематизируются и упорядочиваются знания. На зачете демонстрируются знания, приобретенные в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
Тема 1. Алгебра матриц	Введение. Исторические сведения о возникновении и развитии математики. Предмет математики. Роль и место математики на современном этапе развития человеческого общества. Значение математики в деятельности бакалавра в области информационных технологий, финансиста, экономиста, бухгалтера и аудитора.	Работа с литературой, включая ЭБС, с интернет-источниками Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к контрольной работе	Литература к теме2	Практикум по решению задач Контрольная работа
Тема 2. Теория определителей	Метод присоединенной матрицы для вычисления обратной матрицы. Линейная зависимость и независимость строк матрицы.	Работа с литературой, включая ЭБС, с интернет-источниками Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к контрольной работе	Литература к теме2	Практикум по решению задач Контрольная работа
Тема 3. Системы линейных алгебраических уравнений (СЛАУ)	Однородные системы линейных уравнений. Структура общего решения однородной системы. Матричные уравнени	Работа с литературой, включая ЭБС, с интернет-источниками Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к контрольной работе	Литература к теме 3	Практикум по решению задач Контрольная работа
Тема 4. Применение матричного исчисления к решению некоторых экономических и прикладных задач предпринимательства	Линейные модели. Модель Леонтьева многоотраслевой экономики. Линейная модель обмена (модель международной торговли).	Работа с литературой, включая ЭБС, с интернет-источниками Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к контрольной работе	Литература к теме 4	Практикум по решению задач Контрольная работа
Тема 5. Введение в математический анализ	.Сложные и обратные функции. График функции. Основные элементарные	Работа с литературой, включая ЭБС, с	Литература к теме 5	Практикум по решению

	функции, их свойства и графики.	интернет-источниками Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к контрольной работе		задач Контрольная работа
Тема 6. Теория пределов	Непрерывные функции. Локальные свойства непрерывных функций. Непрерывность сложной и обратной функций. Непрерывность элементарных функций. Односторонняя непрерывность. Точки разрыва, их классификация. Сравнение функций. Символы о и О. Эквивалентные функции. Свойства функций, непрерывных на отрезке: ограниченность, существование наибольшего и наименьшего значений, промежуточные значения.	Работа с литературой, включая ЭБС, с интернет-источниками Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к контрольной работе	Литература к теме 6	Практикум по решению задач Контрольная работа
Тема 7. Дифференциальное исчисление функции одной переменной	Дифференцирование неявно заданных, параметрически заданных функций. Логарифмическое дифференцирование. Производные и дифференциалы высших порядков.	Работа с литературой, включая ЭБС, с интернет-источниками Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к контрольной работе	Литература к теме 7	Практикум по решению задач Контрольная работа
Тема 8. Приложения производной	Теорема Ферма. Теоремы Ролля, Лагранжа, Коши, их применение. Формула Тейлора. Разложение основных элементарных функций по формуле Тейлора. Применение формулы Тейлора для приближённых вычислений.	Работа с литературой, включая ЭБС, с интернет-источниками Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к контрольной работе	Литература к теме 8	Практикум по решению задач Контрольная работа
Тема 9. Интегральное исчисление функции одной переменной	Приближенное вычисление определенных интегралов. Несобственные интегралы. Несобственные интегралы от непрерывных функций с	Работа с литературой, включая ЭБС, с интернет-источниками Подготовка к	Литература к теме 9	Практикум по решению задач Контрольная работа

	бесконечными пределами. Несобственные интегралы от разрывных функций.	практикуму по решению задач, подготовка к контрольной работе		

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Гулиян Б.Ш. Математика. Базовый курс: учебник / Б.Ш. Гулиян, Р.Я. Хамидуллин. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: МФПУ «Синергия», 2013. – 720с.

2. Асланов, Р.М. Математический анализ: краткий курс : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Р.М. Асланов, О.В. Ли, Т.Р. Мурадов ; Министерство образования и науки Российской Федерации, ФГБОУ ВПО Московский педагогический государственный университет, Международная академия наук педагогического образования. - Москва : Прометей, 2014. - 284 с. : схем., ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-99058886-5-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

Дополнительная литература:

1. Алферова, З.В. Алгебра и теория чисел : учебно-методический комплекс / З.В. Алферова, Э.Л. Балюкевич, А.Н. Романников. - Москва : Евразийский открытый институт, 2011. - 279 с. - ISBN 978-5-374-00535-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

2. Треногин, В.А. Обыкновенные дифференциальные уравнения : учебник / В.А. Треногин. - Москва : Физматлит, 2009. - 312 с. - ISBN 978-5-9221-1063-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

3. Протасов, Ю.М. Математический анализ : учебное пособие / Ю.М. Протасов. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательство «Флинта», 2017. - 165 с. : граф., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-1234-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

4. Сборник задач по математическому анализу: Непрерывность. Дифференцируемость : учебное пособие : в 3-х т. / Л.Д. Кудрявцев, А.Д. Кутасов, В.И. Чехлов, М.И. Шабунин. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва :

Физматлит, 2010. - Т. 1. Предел. - 496 с. - ISBN 978-5-9221-0306-0, 978-5-9221-0305-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Национальный Открытый университет	http://www.intuit.ru/
2.	Образовательный математический сайт	http://old.exponenta.ru/
3.	Сайт Решение задач по высшей математике	http://math24.ru/

6.3. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;

• Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;

• Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;

• Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;

• Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

• Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

• Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/) .

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала оценки, балл
1	Практикум по решению задач	Отчет по практикуму 5-3 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 2-1– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала оценки, балл
		отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 0 - практикум не выполнен.
2	Контрольная работа	15-13 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 12-8 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 7-0 – менее 50% правильных ответов.
3	Контрольная работа	10-9 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 8-5 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 4-1 – менее 50% правильных ответов.

Примерные контрольные вопросы для проверки готовности к практикуму по решению задач (Линейная алгебра)

1. Что называется матрицей? Перечислите виды матриц.
2. Какую роль в линейной алгебре играют единичная и нулевая матрицы?
3. Какая матрица называется диагональной?
4. Дайте определение квадратной матрицы.
5. Какая матрица называется транспонированной по отношению к данной?
6. Для каких матриц определена операция сложения?
7. Перечислите основные свойства сложения матриц.
8. Какие матрицы называются коммутирующими между собой?
9. Для каких матриц определена операция умножения?
10. Перечислите основные свойства умножения матриц. Для каких матриц применимо понятие определителя?
11. Что понимается под определителем?
12. Сформулируйте определение определителя второго и третьего порядков.
13. Проиллюстрируйте правило треугольников.
14. Что называется минором данного элемента определителя?
15. Что называется алгебраическим дополнением данного элемента определителя?
16. Какая связь между минором и алгебраическим дополнением данного элемента определителя?

17. Сформулируйте основные свойства определителей и проверьте их для определителей второго порядка.
18. В чем заключается выражение определителя непосредственно через его элементы?
19. Опишите основные методы вычисления определителей.
20. Дайте определение обратной матрице. Всякая ли матрица имеет обратную?
21. Сформулируйте алгоритм нахождения обратной матрицы.
22. Что такое ранг матрицы? Каков смысл этого понятия?
23. Что называется базисным минором?
24. Изменится ли ранг матрицы при перестановке каких-либо строк (столбцов)?
25. Изменится ли ранг матрицы при умножении каждого элемента строки (столбца) на одно и тоже отличное от нуля число?
26. Чему равен ранг нулевой матрицы?
27. Чему равен ранг ступенчатой матрицы?
28. Что Вы понимаете под элементарными преобразованиями?
29. Какая матрица называется эквивалентной по отношению к данной матрице?
30. Что понимается под системой линейных алгебраических уравнений?
31. Запишите в общем виде СЛАУ. Каков смысл величин, входящих в уравнения системы?
32. Дайте определение решения системы, определения совместной, несовместной системы.
33. При каких условиях СЛАУ имеет единственное решение?
34. К какой СЛАУ применим метод обратной матрицы?
35. К какой СЛАУ применимо правило Крамера?
36. Сформулируйте теорему Кронекера-Капелли.
37. Сформулируйте алгоритм решения произвольной системы линейных уравнений.
38. Какая система линейных алгебраических уравнений называется однородной?
39. При каких условиях система однородных уравнений имеет ненулевое решение?

40. Исследование и решение систем линейных уравнений методом Жордана-Гаусса.

41. Однородные системы линейных уравнений. Фундаментальные системы решений.

Типовые задания практикумов по решению задач

Задание 1. 1. Вычислить $3A+4B$, $AB-BA$.

1. $A=\begin{pmatrix}1 & -3 & 2\\ 3 & -4 & 1\\ 2 & -5 & 3\end{pmatrix}$ $B=\begin{pmatrix}2 & 5 & 6\\ 1 & 2 & 5\\ 1 & 3 & 2\end{pmatrix}$

2. $A=\begin{pmatrix}1 & 5 & -5\\ 3 & 10 & 0\\ 2 & 9 & 7\end{pmatrix}$ $B=\begin{pmatrix}3 & 2 & 5\\ 4 & -1 & 3\\ 9 & 6 & 5\end{pmatrix}$

Задание 2. Дана:

$A=\begin{pmatrix}-1 & 2 & 0\\ 3 & 0 & 5\\ 1 & -2 & -4\end{pmatrix}$. Найти значение матричного многочлена f(A):

а) $f(x)=7x^2+5x+3$; б) $f(x)=5x^3+7x^2+2x-2$.

Задание 3. Вычислить определители матриц A и B.

1. $A=\begin{pmatrix}2 & -5 & 1 & 2\\ -3 & 7 & -1 & 4\\ 5 & -9 & 2 & 7\\ 4 & -6 & 1 & 2\end{pmatrix}$ $B=\begin{pmatrix}\frac{3}{2} & -\frac{9}{2} & -\frac{3}{2} & -3\\ \frac{5}{3} & -\frac{8}{3} & -\frac{2}{3} & -\frac{7}{3}\\ \frac{4}{3} & -\frac{5}{3} & -1 & -\frac{2}{3}\\ 7 & -8 & -4 & -5\end{pmatrix}$

Задание 4 Вычислить ранг матрицы.

1. $\begin{pmatrix}-2 & 4 & 3 & 5\\ 0 & 1 & 2 & -1\\ -2 & 7 & 9 & 2\end{pmatrix}$ 2. $\begin{pmatrix}1 & 2 & -3 & 4\\ 3 & 1 & 2 & -1\\ 5 & 4 & -1 & 2\\ 10 & 9 & -5 & 9\end{pmatrix}$

Задание 5. Решить систему линейных уравнений методом Крамера.

1. $\begin{cases}2x_1+5x_2-8x_3=8\\ 4x_1+3x_2-9x_3=9\\ 2x_1+3x_2-5x_3=7\end{cases}$ 2. $\begin{cases}x_1+8x_2-7x_3=12\\ 2x_1+3x_2-5x_3=7\\ 6x_1+8x_2-17x_3=17\end{cases}$

Типовые задания контрольных работ

Вариант 1

1. Даны:

$$A=\begin{pmatrix}1 & -2 & 3\\ -4 & 2 & -5\\ -1 & 5 & 0\end{pmatrix};\qquad B=\begin{pmatrix}-3 & -1 & 0\\ -1 & 5 & -2\\ 8 & -5 & 1\end{pmatrix}$$

Найти: а) $C=4A-4B$; б) $D=3A^{T}-5B$; в) $F=2A-5E$.

2. Найти произведение матриц AB и BA (если это возможно):

а) $A=\begin{pmatrix}-4 & 7 & 1\\ -3 & 2 & 4\end{pmatrix};\qquad B=\begin{pmatrix}-2\\ 1\\ 3\end{pmatrix}.$

б) $A=\begin{pmatrix}-5 & 2 & 1\\ -2 & 3 & 4\end{pmatrix};\qquad B=\begin{pmatrix}2 & 3\\ -3 & 0\\ 4 & 1\end{pmatrix}.$

в) $A=\begin{pmatrix}1 & -2 & 3\\ -4 & 2 & -5\\ -1 & 5 & 0\end{pmatrix};\qquad B=\begin{pmatrix}-3 & -1 & 0\\ -1 & 5 & -2\\ 8 & -5 & 1\end{pmatrix}.$

3. Дана:

$$A=\begin{pmatrix}-1 & 2 & 0\\ 3 & 0 & 5\\ 1 & -2 & -4\end{pmatrix}.$$ Найти значение матричного многочлена f(A):

а) $f(x)=7x^{2}+5x+3$; б) $f(x)=5x^{3}+7x^{2}+2x-2$.

4. Вычислить определители:

$$а)\ \Delta=\begin{vmatrix}1 & 4\\ 3 & 2\end{vmatrix};\qquad б)\ \Delta=\begin{vmatrix}\cos\beta & \sin\beta\\ \sin\beta & \cos\beta\end{vmatrix}.$$

5. Решить уравнения:

$$а)\begin{vmatrix}2x+1 & 3\\ x+5 & 2\end{vmatrix}=0;\quad б)\begin{vmatrix}2x-1 & x+1\\ x+2 & x-1\end{vmatrix}=-6.$$

Вариант 2

1. Вычислить определители третьего порядка по правилу треугольников, разложением по второй строке, по третьему столбцу, используя свойства определителей:

$$а)\ \Delta=\begin{vmatrix}2 & 3 & 4\\ 5 & -2 & 1\\ 1 & 2 & 3\end{vmatrix};\quad б)\ \Delta=\begin{vmatrix}1 & 2 & 5\\ 3 & -4 & 7\\ -3 & 12 & -15\end{vmatrix}.$$

2. Вычислить определители, используя разложение по какой-нибудь строке или по столбцу, свойства определителей:

$$\text{а)}\ \Delta = \begin{vmatrix} 0 & 5 & 2 & 0 \\ 8 & 3 & 5 & 4 \\ 7 & 2 & 4 & 1 \\ 0 & 4 & 1 & 0 \end{vmatrix};\quad \text{б)}\ \Delta = \begin{vmatrix} 2 & -1 & 3 & -1 \\ 1 & 1 & -2 & 4 \\ 3 & 2 & -1 & 3 \\ 5 & -2 & 1 & -2 \end{vmatrix}.$$

3. Найти обратную матрицу A^{-1}:

$$A = \begin{pmatrix} 3 & 4 & 1 \\ 2 & 3 & 1 \\ 5 & 2 & 2 \end{pmatrix}.$$

4. Решить по формулам Крамера систему уравнений:

$$\begin{cases} x_1 - 3x_2 + 2x_3 = 5 \\ 3x_1 + x_2 - 5x_3 = 4 \\ 4x_1 - 2x_2 - 3x_3 = 10 \end{cases}.$$

5. Исследовать на совместность, решить методом Гаусса и Жордана-Гаусса систему уравнений:

$$\begin{cases} x_1 + x_2 + x_3 = 6 \\ 2x_1 - x_2 + x_3 = 3 \\ x_1 - x_2 + 2x_3 = 5 \\ 3x_1 - 6x_2 + 5x_3 = 6 \end{cases}.$$

Примерные контрольные вопросы для проверки готовности к практикуму по решению задач (Математический анализ)

1. Какие функции называются алгебраическими, а какие - трансцендентными?

2. Какие функции называются рациональными, а какие - иррациональными?

3. Какие функции называются целой рациональной функцией, правильной рациональной дробью и неправильной рациональной дробью?

4. Какие функции называются обратными?

5. Какая функция называется заданной явно, а какая - неявно?

6. Что называется областью определения и областью изменения функции?

7. Какая функция называется четной, нечетной и общего вида? Каков их геометрический смысл?

8. Какая функция называется периодической? Что называется периодом функции? Каков геометрический смысл периодической функций?

9. Что называется последовательностью?

10. Какая последовательность называется возрастающей (убывающей)?

11. Какая последовательность называется ограниченной? Приведите примеры.

12. Что называется пределом последовательности?

13. Сколько пределов может иметь последовательность?

14. Сформулируйте необходимое условие существования предела последовательности.

15. Какая последовательность называется бесконечно большой? Приведите примеры.

16. Какая последовательность называется бесконечно малой? Приведите примеры.

17. Сформулируйте основные теоремы о пределах.

18. Назовите основные виды неопределенностей.

19. Напишите формулу первого замечательного предела и прочитайте ее.

20. Напишите формулы второго замечательного предела.

21. На чем основывается сравнение бесконечно малых величин?

22. Приведите примеры бесконечно малых функций.

23. Дайте определение производной функции в точке.

24. Найдите по четырехступенчатому правилу производную функции $y(x) = x^2$.

25. На основании основных правил взятия производных найдите производную функции $y(x) = 5x^2 – 3x + 4$.

26. Непрерывность функции является необходимым или достаточным условием?

27. Для существования производной в точке каковы ее достаточные условия?

28. Перечислите наименования точек разрыва производной непрерывной функции.

29. Каков геометрический смысл производной?

30. Каков механический смысл первой производной?

31. Приведите пример применения понятия производной функции в экономике.

32. Дайте определение касательной к графику функции $y = f(x)$ в точке $(x_0; y_0)$ и напишите уравнение касательной.

33. Из каких двух частей состоит полное приращение функции?

34. Чем является для функции ее линейная часть относительно приращения независимой переменной?

35. Сравните неглавную часть с главной частью. Ваши выводы.

36. Может ли функция иметь дифференциал в точке, если она не имеет производной в этой точке?

37. Каков геометрический смысл дифференциала функции?

38. В чем состоит инвариантность формы первого дифференциала?

39. При каких условиях, налагаемых на функцию $y = f\left(x\right)$, имеет место теорема Ролля?

40. При каких условиях, налагаемых на функцию $y = f\left(x\right)$, имеют место теоремы Лагранжа и Коши?

41. Можно ли из полученных формул, являющихся результатами теорем Лагранжа и Коши, сформулировать основные требования, налагаемые на функцию $y = f\left(x\right)$? Если да, то обоснуйте утверждение.

42. Сформулируйте условия, налагаемые на функции в теореме Лопиталя. При каких условиях можно переходить к пределу отношений вторых производных числителя и знаменателя дроби?

43. Каковы условия применения правил Лопиталя?

44. Сформулируйте необходимые и достаточные условия монотонного возрастания (убывания) функции на интервале (a; b).

45. Сформулируйте определение экстремума функции.

46. Сформулируйте необходимые условия экстремума функции.

47. Сформулируйте достаточные условия экстремума функции по первой производной; по второй производной

48. Какие точки называются точками разрыва функции?

49. Какие прямые называются асимптотами графика функции?

50. Какая точка называется точкой перегиба функции?

51. Каковы необходимые и достаточные условия, чтобы функция $y = f(x)$ в точке $x = x_0$ имела точку перегиба?

52. Каковы необходимые и достаточные условия монотонного возрастания и монотонного убывания функции?

53. Каковы условия, накладываемые на функцию $f(x)$, при которых график функции $y = f(x)$ был бы выпуклым (вогнутым) на интервале $(a; b)$?

54. Что понимается под асимптотой графика функции?

55. Что называется первообразной заданной функции $f(x)$?

56. Что называется неопределенным интегралом функции $f(x)$?

57. Сформулируйте и докажите основные свойства неопределенного интеграла.

58. Напишите формулу замены переменной в неопределенном интеграле.

59. Напишите формулу подстановки в неопределенном интеграле.

60. Напишите на память таблицу неопределенных интегралов и сверьте вашу таблицу с таблицей в пособии. Добейтесь полного их совпадения, после чего рекомендуем приступать к отысканию неопределенных интегралов.

61. Какие вы знаете методы интегрирования и в чем заключается идея этих методов?

62. В чем заключается различие метода замены переменной от метода подстановки?

63. Как вы понимаете понятие «неберущиеся интегралы»?

64. Каким условиям должна удовлетворять подынтегральная функция, чтобы существовал неопределенный интеграл (или первообразная)?

65. Напишите формулу интегрирования по частям для неопределенного интеграла.

66. Какие дроби называются простейшими рациональными дробями и чему равны интегралы от таких функций?

67. В чем отличие определенного интеграла от неопределенного?

68. Чему равен определенный интеграл, если пределы интегрирования – фиксированные действительные числа?

69. Каким условиям должна удовлетворять подынтегральная функция, чтобы определенный интеграл от нее
существовал?

70. Какова связь между определенным и неопределенным интегралами?

71. Числом или функцией будет определенный интеграл с переменными пределами интегрирования?

72. По какой формуле вычисляется определенный интеграл?

73. Напишите формулу замены переменной в определенном интеграле.

74. Напишите формулу интегрирования по частям определенного интеграла.

75. Как с помощью определенного интеграла вычисляются площади плоских фигур?

76. Как с помощью определенного интеграла вычисляются объемы по площадям перпендикулярных сечений, объемы тел вращения?

Типовые задания практикумов по решению задач

Задание 1. Найти пределы: $\lim\limits_{x\to\infty}\frac{3x^2-2x+7}{6x^2+10x-2}$, $\lim\limits_{x\to1}\frac{3x^2+2x-5}{6x^2-7x+1}$, $\lim\limits_{x\to\infty}(\sqrt{4x^2-5x}-2x)$,

$\lim\limits_{x\to0}\frac{\sin x^3}{x^3}$, $\lim\limits_{x\to3}\frac{\sin(x-3)}{x^3-27}$, $\lim\limits_{x\to0}\frac{\sin^3 x}{x^3}$, $\lim\limits_{x\to0}\frac{1-\cos x}{x^2}$, $\lim\limits_{x\to0}\frac{arc\sin x^3}{x^3}$, $\lim\limits_{x\to0}\frac{arc\sin 5x}{2x}$,

$\lim\limits_{x\to0}\frac{arctg4x}{2x}$, $\lim\limits_{x\to0}\frac{\sin^3 x}{x^2}$, $\lim\limits_{x\to0}\frac{\sin x^2\cdot tg^2x}{x^3}$,. $\lim\limits_{n\to\infty}(1+\frac{5}{n})^{2n}$, $\lim\limits_{x\to\infty}(1-\frac{2}{x})^{3x}$, $\lim\limits_{x\to0}(1+2x)^{\frac{3}{x}}$,

$\lim\limits_{x\to\infty}(\frac{2x-3}{2x+10})^{3x}$.

Задание 2. Найти производные функции: $y=x^5-4x$, $y=\sqrt{3x^2-5}$, $y=\sin 3x$, $y=\cos 5x$,

$y=\left(3x^2-2x+2\right)^5$, $y=e^{5x}$, $y=\log_5\left(3x^2-5\right)$, $y=x^2\sin 2x$, $y=xe^{2x}$, $y=\frac{e^x}{x+1}$.

Задание 3. Найти дифференциалы функций: $y=x^3+3x^2+3x$, $y=\left(ax^2-b\right)^3$, $y=\sin^2 2x$,

$y=a^{\cos 3x}$, $y=\ln^2 x$

Задание 4. Найти дифференциал функции $y=x^3$, при $x=1$ и $\Delta x=0{,}1$.

Задание 5. Вычислить приближенное приращение функции $y=x^2+2x+3$, когда *x* изменяется от 2 до 1,98

Задание 6. Сторона квадрата *x=10* см. На сколько приближенно

увеличится площадь этого квадрата, если сторона удлинится на 2 мм.?

Задание 7. Заменив приращение функции дифференциалом, приближенно

Задание 8. Найти площадь плоской фигуры, ограниченной линиями:

1) $x = y^2, x = 2.$ 2) $x = y^2, x = 9.$ 3) $x = y^2, x = y.$ 4) $y = x^2, x = 1, y = 0.$

5) $y = \sin x, x = \frac{\pi}{2}; y = 0.$ 6) $y = x^3, y = x.$ 7) $x = y^2, y = \frac{1}{2}x.$ 8) $y = x^2, x = 2, y = \frac{1}{2}x.$

9) $x = y^2, y = x^3.$ 10) $y = \sin x, x = 2\pi; y = 0.$

Типовые задания контрольных работ

Вариант 1

Найти пределы:

1. $\lim\limits_{x\to 1}\frac{x^3+x^2-x-1}{x^3-1}$ 2. $\lim\limits_{x\to 0}\frac{tgx-\sin x}{x\cdot\sin^2 x}$ 3. $\lim\limits_{x\to 3}\frac{\sqrt{x+1}-2}{\sqrt{x-2}-1}$ 4. $\lim\limits_{x\to\infty}\left(\frac{x+2}{x-3}\right)^{5x}$

2.Для данной функции f(x) требуется:

а) найти точки разрыва;

б) найти скачок функции в каждой точке разрыва;

в) сделать чертёж;

$$f(x)=\begin{cases}0, & x<-\pi\\ \sin x, & -\pi<x<0\\ \pi, & x\ge 0\end{cases}$$

3.Найти производную функции: $y = arctg^3\, ln\frac{\sqrt{x}}{x+2}$

4. Найти производную $y'(x)$ неявной функции: $sin(x-2y)+\frac{x^3}{y}=7x$

5. Найти $\frac{dy}{dx}$, если $x = e^{-t}\cdot\cos t, \quad y = e^t\cdot\cos t$

6. Найти предел, используя правило Лопиталя: $\lim\limits_{x\to+\infty}\frac{x^2}{e^x}$

Контрольная работа

Вариант 2

Задание 1. Найти неопределенный интеграл: $\int\frac{dx}{\cos^2 3x}$, $\int\frac{2x+1}{x^2+x})dx$, $\int\frac{dx}{4+x^2}$,

Задание 2. Вычислить интегралы, пользуясь формулой Ньютон – Лейбница.

1) $\int_2^3 (2x^3 + x^2 - 5)dx$; 2) $\int_0^3 2^x dx$; 3) $\int_0^{\frac{\pi}{2}} cos\, x dx$; 4) $\int_{\frac{\pi}{6}}^{\frac{\pi}{4}} \frac{dx}{cos^2 x}$.

Задание 3. Вычислите площадь фигуры, ограниченной линиями:

1) $y = x^2 + 1$, $y = 0$, $x = 0$, $x = 2$.

2) $y - x^2 + x + 1 = 0$, $y - x - 2 = 0$.

3) $y + x^2 - \frac{x}{2} - 1 = 0$, $y + \frac{x}{2} + 1 = 0$.

4) $y + x^2 - x - 1 = 0$, $y + x + 2 = 0$.

5) $y - x^2 + 2x - 1 = 0$, $y + x^2 - 2x - 1 = 0$.

Задание 4. Вычислите объем тела, образованного вращением вокруг оси *OX* фигуры, ограниченной линиями:

1. а) $y - x^2 + 4x - 4 = 0$, $y + x^2 - 4x - 4 = 0$. б) $y = 1 + 8x^3$, $x = 0$, $y = 9$.

2. а) $y - x^2 + \frac{x}{2} + 1 = 0$, $y - \frac{x}{2} - 1 = 0$. б) $y = \frac{x^2}{2}$, $y = \frac{x^3}{8}$.

3. а) $y - x^2 + 2x - 1 = 0$, $y + x^2 - 2x - 1 = 0$. б) $y^2 = 9x$, $y = 3x$.

4. а) $y - x^2 + x + 1 = 0$, $y - x - 2 = 0$. б) $y^2 + x = 0$, $x = 0$, $y = 1$.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Математика» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа.

1. Понятие матрицы, виды матриц.
2. Действия над матрицами.
3. Элементарные преобразования матриц.
4. Приведение матриц к ступенчатому виду элементарными преобразованиями.
5. Понятие определителя, определители второго и третьего порядков, свойства определителей.
6. Миноры и алгебраические дополнения, вычисление определителей произвольного порядка n.
7. Вычисление определителя через элементарные преобразования.
8. Невырожденные матрицы. Обратная матрица.
9. Построение обратной матрицы при помощи алгебраических дополнений.
10. Ранг матрицы. Теорема о ранге матрицы. Вычисление ранга при помощи элементарных преобразованиях. Ранг ступенчатой матрицы.
11. Линейная зависимость и независимость строк матрицы.
12. Системы линейных алгебраических уравнений - определения СЛАУ, однородной, неоднородной, совместной, несовместной,

определенной, неопределенной СЛАУ, решений СЛАУ, равносильных СЛАУ.

13. Матрица системы уравнений и расширенная матрица системы.
14. Решение системы линейных уравнений методом обратной матрицы.
15. Теорема Крамера. Формулы Крамера
16. Метод Гаусса решения системы линейных уравнений
17. Исследование совместности системы линейных алгебраических уравнений (теорема Кронекера-Капелли.
18. Системы линейных однородных уравнений. Фундаментальная система решений.
19. Построение множества решений системы линейных уравнений.
20. Линейные модели. Применение методов линейной алгебры при исследовании и решении экономических задач.
21. Функция (определение, основные свойства способы задания). Обратная функция и сложная функция.
22. Основные элементарные функции и их графики.
23. Предел функции в бесконечности и в точке
24. Связь между функцией, ее пределом и бесконечно малой функцией.
25. Основные теоремы о пределах.
26. Первый и второй замечательные пределы.
27. замечательный предел (доказательство).
28. Непрерывность функций. Точки разрыва функции и их классификация.
29. Основные теоремы о непрерывных функциях. Непрерывность элементарных функций.
30. Производная функции (определение производной, ее физический и геометрический смысл).
31. Производная суммы, разности, произведения и частного функций (доказательство теорем).
32. Производная сложной и обратной функций.
33. Производные основных элементарных функций (вывод).
34. Таблица производных основных элементарных функций.
35. Дифференцирование неявных и параметрически заданных функций.

36. Логарифмическое дифференцирование
37. Производные высших порядков
38. Дифференциал функции (понятие дифференциала функции, геометрический смысл дифференциала функции).
39. Основные теоремы о дифференциалах (доказательство теорем).
40. Таблица дифференциалов.
41. Применение дифференциала к приближенным вычислениям.
42. Дифференциалы высших порядков.
43. Приложения производной (правила Лопиталя).
44. Возрастание и убывание функций (монотонность). Условия монотонности функций.
45. Экстремум функции (максимум и минимум функций). Необходимое и достаточные условия экстремума.
46. Схема исследования функций на экстремум.
47. Выпуклость графика функции. Точки перегиба. Необходимое и достаточное условие перегиба.
48. Схема исследования функций на выпуклость.
49. Асимптоты графика функции (теоремы).
50. Общая схема исследования функции и построения графика.
51. Неопределенный интеграл. Понятие неопределенного интеграла. Свойства неопределенного интеграла. Таблица основных неопределенных интегралов.
52. Метод непосредственного интегрирования (разложения
53. Метод интегрирования подстановкой (заменой переменной).
54. Метод интегрирования по частям. Интегрирование рациональных функций. Понятие о рациональных функциях. Интегрирование простейших рациональных дробей.
55. Интегрирование рациональных дробей.
56. Метод неопределенных коэффициентов.
57. Определенный интеграл. Определенный интеграл как предел интегральной суммы.
58. Формула Ньютона – Лейбница.
59. Геометрический смысл определенного интеграла.
60. Основные свойства определенного интеграла.

61. Вычисление определенного интеграла.

62. Формула интегрирования по частям для определенного интеграла.

63. Вычисление площадей плоских фигур

64. Вычисление объема тела вращения.

65. Несобственные интегралы (НИ). Несобственный интеграл с бесконечным промежутком интегрирования (НИ I рода). Несобственный интеграл от разрывной функции (НИ II рода

Задания 2 типа.

Задание 1. Решить систему уравнений с применением теории матриц:

$$\begin{cases} x+2y+3z=-7, \\ 2x+y+2z=-2, \\ 3x+2y+z=3. \end{cases} \qquad 2) \quad \begin{cases} 6x_1+6x_2-14x_3=16 \\ 2x_1+5x_2-8x_3=8 \\ 4x_1+3x_2+9x_3=9 \end{cases}$$

Задание 2. Как свести вычисление определителя n-го порядка ($n \geq 4$) к вычислению определителя П или Ш порядков? Вычислить определитель матриц А и В:

$$A=\begin{pmatrix} 6 & -5 & 8 & 4 \\ 9 & 7 & 5 & 2 \\ 5 & 5 & 3 & 7 \\ -4 & 8 & -8 & -3 \end{pmatrix} \quad B=\begin{pmatrix} 3 & -12 & \frac{21}{5} & 15 \\ \frac{1}{3} & -\frac{5}{2} & \frac{2}{5} & \frac{3}{2} \\ \frac{2}{3} & -\frac{9}{2} & \frac{4}{5} & \frac{5}{2} \\ -\frac{1}{7} & \frac{2}{7} & -\frac{1}{7} & \frac{3}{7} \end{pmatrix}$$

Задание 3. Дать определение ранга матрицы. Ранг какой матрицы равен 0?

Чему равен ранг матриц $A=\begin{pmatrix} 0 & 0 \\ 0 & 1 \end{pmatrix}$, $B=\begin{pmatrix} 1 & 2 \\ 1 & 2 \end{pmatrix}$, $C=\begin{pmatrix} 1 & 0 & 0 & 0 \\ 5 & 6 & 7 & 8 \\ 0 & 0 & 1 & 0 \end{pmatrix}$?

Задание 4. Какая матрица называется обратной к А. Для каких матриц существует обратная ? Найти обратную матрицу для матриц А и В, если это возможно:

$$A=\begin{pmatrix} 1 & -3 & 2 \\ 3 & -4 & 1 \\ 2 & -5 & 3 \end{pmatrix} \quad B=\begin{pmatrix} 2 & 5 & 6 \\ 1 & 2 & 5 \\ 1 & 3 & 2 \end{pmatrix}$$

Задание 5. Сформулировать критерий совместности линейной системы (теорема Кронекера-Капелли). Исследовать на совместность СЛАУ:

$$\begin{aligned} &2x_1 + 5x_2 + 4x_3 + x_4 = 20 \\ &2x_1 + 10x_2 + 9x_3 + 7x_4 = 40 \\ &x_1 + 3x_2 + 2x_3 + x_4 = 11 \\ &3x_1 + 8x_2 + 9x_3 + 2x_4 = 37 \end{aligned}$$

Задание 6. В чем отличие методов Гаусса и Жордана-Гаусса? Решить методом Гаусса СЛАУ:

$$\begin{aligned} &2x_1 + x_2 + 3x_3 + x_4 + 3x_5 = 2 \\ &x_1 + 2x_2 + x_3 - x_4 - x_5 = 4 \\ &3x_1 + 3x_2 - 2x_3 + 2x_4 + 2x_5 = 5 \end{aligned}$$

Задание 7. В чем отличие методов Гаусса и Жордана-Гаусса? Решить методом Жордана-Гаусса СЛАУ:

$$\begin{aligned} &x_1 + 2x_2 - 3x_4 + 2x_5 = 1 \\ &x_1 - x_2 - 3x_3 + x_4 - 3x_5 = 2 \\ &2x_1 - 3x_2 + 4x_3 - 5x_4 + 2x_5 = 7 \\ &3x_1 - x_2 + 4x_3 - 8x_4 + 4x_5 = 2 \end{aligned}$$

Задание 8. Алгоритм построения обратной матрицы при помощи алгебраических дополнений.

Найти обратную матрицу: $A = \begin{pmatrix} 1 & -3 & 2 \\ 3 & -4 & 1 \\ 2 & -5 & 3 \end{pmatrix}$

Задание 9. Какие матрицы можно умножать? Найти произведение матриц AB и BA (если это возможно):

$$a)\ A = \begin{pmatrix} -4 & 7 & 1 \\ -3 & 2 & 4 \end{pmatrix}; \qquad \text{B} = \begin{pmatrix} -2 \\ 1 \\ 3 \end{pmatrix}.$$

Задание 10. Формулы разложения. Вычислить определители, используя разложение по какой-нибудь строке или по столбцу, свойства определителей:

а) $\Delta = \begin{vmatrix} 0 & 5 & 2 & 0 \\ 8 & 3 & 5 & 4 \\ 7 & 2 & 4 & 1 \\ 0 & 4 & 1 & 0 \end{vmatrix}$ $\quad$ *б*) $\Delta = \begin{vmatrix} 1 & -3 & 2 \\ 3 & -4 & 1 \\ 2 & -5 & 3 \end{vmatrix}$.

Задание 11. Определить тип, метод решения, вычислить пределы:

$\lim\limits_{x\to\infty}\frac{3x^2-2x+7}{6x^2+10x-2}$, $\lim\limits_{x\to 1}\frac{3x^2+2x-5}{6x^2-7x+1}$, $\lim\limits_{x\to\infty}(\sqrt{4x^2-5x}-2x)$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{\sin x^3}{x^3}$, $\lim\limits_{x\to 3}\frac{\sin(x-3)}{x^3-27}$,

$\lim\limits_{x\to 0}\frac{\sin^3 x}{x^3}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{1-\cos x}{x^2}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{arc\sin x^3}{x^3}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{arc\sin 5x}{2x}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{arctg4x}{2x}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{\sin^3 x}{x^2}$,

$\lim\limits_{x\to 0}\frac{\sin x^2\cdot tg^2 x}{x^3}$,. $\lim\limits_{n\to\infty}(1+\frac{5}{n})^{2n}$, $\lim\limits_{x\to\infty}(1-\frac{2}{x})^{3x}$, $\lim\limits_{x\to 0}(1+2x)^{\frac{3}{x}}$, $\lim\limits_{x\to\infty}(\frac{2x-3}{2x+10})^{3x}$.

Задание 12. Дать определения односторонних пределов функции в точке x=a. Чему равен $\lim\limits_{x\to 0+} 2^{1/x}$

Задание 13. Что называется точкой разрыва функции? Как классифицируются точки разрыва? Какого рода разрывы имеют функции ц $y=\frac{\sin}{x}$, $y=\frac{\cos}{x}$, $y=\frac{|x|}{x}$, $y=\sin\frac{1}{x}$?

Задание 14. Сформулировать правило Лопиталя для раскрытия неопределенностей вида $\frac{0}{0}, \frac{\infty}{\infty}$. Найти пределы используя правило Лопиталя:

$\lim\limits_{x\to\infty}\frac{7x^3-5x+7}{6x^3+10x^2-2}$, $\lim\limits_{x\to 1}\frac{x^2+2x-3}{5x^2-6x+1}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{\sin x^5}{x^5}$, $\lim\limits_{x\to 5}\frac{\sin(x-5)}{x^3-125}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{\sin^3 x}{x^3}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{1-\cos 5x}{7x^2}$,

, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{arc\sin 6x}{8x}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{arctg17x}{7x}$, $\lim\limits_{x\to 0}\frac{\sin^2 x}{x^3}$:

Задание 15. Сформулировать признак монотонности дифференцируемой функции на $(a;\cdot в)$ и найти интервалы монотонности функции:

1) $y=2x^3-3x^2-12x+10$. 2) $y=-3x^2+4x-8$.

2) 3) $y=x^3+3x^2-9x-7$.

Задание 16. Сформулировать достаточные условия экстремума

непрерывной функции. Найти точки экстремума функции:

1) $y = 6x^4 - 8x^3 - 3x^2 + 6x$, 2) $y = 10 + 15x + 6x^2 - x^3$,

3) $y = x^2\sqrt[3]{x+4}$, 4) $y = \frac{x}{9-x^2}$,

5) $y = \frac{x+1}{x^2+8}$, 6) $y = x\ln x$.

Задание 17. Какая кривая называется выпуклой вверх (вниз) на (а, в)? Что называется точкой перегиба кривой? Исследовать на выпуклость вниз (вверх) и найти точки перегиба графиков следующих функций:

1) $y = -x^4 - 2x^3 + 12x^2 + 15x - 6$,
2) $y = 3x^5 - 10x^4 - 30x^3 + 12x + 7$

Задание 18. Что называется асимптотой кривой? Какие асимптоты может иметь кривая? Найти асимптоты заданных кривых:

1) $y = \frac{1}{x+5}$, 2) $y = \frac{3}{(x-4)^2}$, 3) $y = \frac{2x+1}{x-3}$, 4) $y = \frac{x}{9-x^2}$,

5) $y = \frac{x^2-1}{x}$, 6) $y = \frac{x^2}{9+x^2}$, 7) $y = \frac{x^3}{4-x^2}$. 8) $y = \sqrt{x^2-16}$

Задание 19. Чему равен $\int_{-a}^{a} f(x)dx$, если а) f(x) – четная функция; б) f(x) – нечетная функция?

Вычислить а) $\int_{-\frac{\pi}{6}}^{\frac{\pi}{6}} \sin^3 x \cdot tg^4 2x dx$; б) $\int_{-1}^{1} (x^3 + 3x)e^{-x^2} dx$.

Задание 20. При каких n>0 сходятся несобственные интегралы $\int_a^в \frac{dx}{(x-a)^n}$, $\int_a^в \frac{dx}{(в-x)^n}$?

Задание 21. Какие из интегралов являются несобственными

а) $\int_{-2}^{3} \frac{dx}{\sqrt{x}}$, *б*) $\int_{-2}^{3} \frac{dx}{x+4}$, в) $\int_{-1}^{1} \frac{dx}{\sqrt{1-x^2}}$, г) $\int_{-1}^{1} \frac{dx}{\sqrt{1+x^2}}$, д)

$\int_1^{\infty} \frac{dx}{x^2+4x+5}$, е) $\int_{-\infty}^{\infty} arctgxdx$, ж) $\int_0^1 x\sin xdx$, з) $\int_0^1 \ln xdx$?

Задания 3 типа

Задание 1. Для матриц A и B определить: 1) $(4A+3B)$; 2) $(BA-2AB)$.

а) $A=\begin{pmatrix}1 & -3 & 2\\ 3 & -4 & 1\\ 2 & -5 & 3\end{pmatrix}$, $B=\begin{pmatrix}2 & 5 & 6\\ 1 & 2 & 5\\ 1 & 3 & 2\end{pmatrix}$ б) $A=\begin{pmatrix}1 & 5 & -5\\ 3 & 10 & 0\\ 2 & 9 & 7\end{pmatrix}$, $B=\begin{pmatrix}3 & 2 & 5\\ 4 & -1 & 3\\ 9 & 6 & 5\end{pmatrix}$.

Задание 2. Вычислить определители матриц A и B:

$$|A|=\begin{vmatrix}2 & -5 & 1 & 2\\ -3 & 7 & -1 & 4\\ 5 & -9 & 2 & 7\\ 4 & -6 & 1 & 2\end{vmatrix}, \qquad |B|=\begin{vmatrix}\frac{3}{2} & -\frac{9}{2} & -\frac{3}{2} & -3\\ \frac{5}{3} & -\frac{8}{3} & -\frac{2}{3} & -\frac{7}{3}\\ \frac{4}{3} & -\frac{5}{3} & -1 & -\frac{2}{3}\\ 7 & -8 & -4 & -5\end{vmatrix}$$

Задание 3. Используя матрицы А и В, вычислить методом алгебраических дополнений и методом Жордана-Гусса*:* $(B-A)^{-1}$

$A=\begin{pmatrix}1 & -3 & 2\\ 3 & -4 & 1\\ 2 & -5 & 3\end{pmatrix}$, $B=\begin{pmatrix}2 & 5 & 6\\ 1 & 2 & 5\\ 1 & 3 & 2\end{pmatrix}$.

Задание 4. Найти ранг матрицы двумя способами: методом окаймляющих миноров и при помощи элементарных преобразований.

$A=\begin{pmatrix}-2 & 4 & 3 & 5\\ 0 & 1 & 2 & -1\\ -2 & 7 & 9 & 2\end{pmatrix}$, $B=\begin{pmatrix}1 & 2 & -3 & 4\\ 3 & 1 & 2 & -1\\ 5 & 4 & -1 & 2\\ 10 & 9 & -5 & 9\end{pmatrix}$.

Задание 5. Решить систему уравнений по формулам Крамера и матричным способом. После решения необходимо выполнить проверку**.**

а) $\begin{cases} 2x_1+5x_2-8x_3=8 \\ 4x_1+3x_2-9x_3=9, \\ 2x_1+3x_2-5x_3=7 \end{cases}$ б) $\begin{cases} x_1+8x_2-7x_3=12 \\ 2x_1+3x_2-5x_3=7 \\ 6x_1+8x_2-17x_3=17 \end{cases}$.

Задание 6. Решить системы уравнений методом Жордана-Гаусса. Если система является неопределенной, то в ответ записать одно базисное решение и одно частное, не являющееся базисным.

а) $\begin{cases} 2x_1+x_2+x_3=2 \\ x_1+3x_2+x_3=5 \\ x_1+x_2+3x_3=-7 \\ 2x_1+3x_2-3x_3=14 \end{cases}$, б) $\begin{cases} x_1+5x_2-9x_3+8x_4=1 \\ 5x_1+18x_2+4x_3+5x_4=12 \\ 2x_1+7x_2+3x_3+4x_4=5 \\ x_1+3x_2+5x_3-2x_4=3 \end{cases}$.

Задание 7. Найдите собственные значения и собственные вектора матриц:

$$A=\begin{pmatrix} 1 & -3 & 2 \\ 3 & -4 & 1 \\ 2 & -5 & 3 \end{pmatrix}, \qquad B=\begin{pmatrix} 4 & 5 & 2 \\ 0 & 1 & -3 \\ 3 & 2 & 6 \end{pmatrix}.$$

Задание 8. Найти пределы:

$$1)\lim_{x\to\infty}\frac{5x^2-3x+2}{2x^2+5}; \quad 2)\lim_{x\to\infty}\frac{3x-2}{x^2+3}; \quad 3)\lim_{x\to\infty}\frac{3x^2+5}{10x-3},$$
$$3)\lim_{x\to1}\frac{3x^2-5x+2}{x^2-1}; \quad 5)\lim_{x\to2}\frac{x-2}{\sqrt{x+2}-2}; \quad 6)\lim_{x\to3}\frac{2x-6}{27-x^3};$$
$$7)\lim_{x\to1}\frac{\sqrt{x}-1}{\sqrt[3]{x}-1}.$$

Задание 9. Найти пределы, используя первый замечательный предел:

$$1)\lim_{x\to0}\frac{sin7x}{x}; \quad 2)\lim_{x\to0}\frac{sin\frac{x}{5}}{x}; \quad 3)\lim_{x\to0}\frac{x}{tgx}; \quad 4)\lim_{x\to0}\frac{tg2x}{x}; \quad 5)\lim_{x\to0}\frac{sin^2\frac{x}{3}}{x^2};$$
$$6)\lim_{x\to0}\frac{sin^3 2x}{x^3}; \quad 7)\lim_{x\to0}\frac{4xsinx}{1-\cos 2x}; \quad 8)\lim_{x\to0}\frac{sin5x}{\sqrt{x+9}-3};$$

$$9)\lim_{x\to 3}\frac{sin(x-3)}{x^2-9};\qquad 10)\lim_{x\to 2}\frac{sin^2(x-2)}{2x^2-8x-8}.$$

Задание 10. Найти пределы, используя второй замечательный предел:

$$1)\lim_{x\to\infty}\left(1-\frac{2}{x}\right)^x;\quad 2)\lim_{n\to\infty}\left(\frac{n+2}{n-3}\right)^n;\quad 3)\lim_{x\to 0}(1-x)^{\frac{3}{x}}\quad 4)\lim_{x\to\infty}\left(\frac{3x-2}{3x+2}\right)^{3x};$$

Задание 11. Найти производных следующих функций

1) $f(x)=ax^2+bx+c$; 2) $y=\frac{x^2+5}{x-3}$; 3) $y=\frac{x+1}{x-1}$; 4) $\varphi(u)=u^2+2u+3$, вычислить $\varphi'(0)$;5) $y=log_3 x+x^2$; 6) $y=x\sin x$; 7) $y=x\ln x$; 8) $y=\frac{\ln x}{x}$;

9) $y=\frac{ln\,x}{sin\,x}$; 10) $y=log_7 x+x-x^2$;11) $y=ln\,sin\,x^2$; 12) $y=\sin x^2$; 13) $y=\ln^3 x$; 14) $y=(1+8x)^3$; 15) $y=sin\,3x+x$; 16) $y=\frac{a^2x+x^2}{a^2x-x^2}$; 17) $y=\frac{x+x^2}{ln\,2x}$; 18) $y=\frac{sin\,4x}{ln\,4x}$; 19) $y=sin^5(5x^2-2)$; 20) $y=\ln\frac{a^2+x^2}{a^2-x^2}$.

Задание 12. Найдите мгновенную скорость движения тела в момент $t=2$ ч., если известно, что закон, выражающий зависимость пройденного пути от времени, имеет вид $S(t)=15t^2-3t-2$.

Задание 13. Найти производные указанного порядка от данных функций:

1) $y=x^2+x+7$; $y'''=?$; 2) $y=cosx$; $y^{(4)}=?$; 3) $y=lnx^2$; $y'''=?$; 4) $y=ln4x$; $y^{(4)}=?$; 5) $y=e^{5x+3}$; $y'''(0)=?$; 6) $y=e^x$; $y^{(n)}=?$, $y^n(0)=?$.

Задание 14. Определить интервал убывания и возрастания функций:

1) $y=x^2+x+1$; 2) $y=3x-3x^2$; 3) $y=1-x+2x^4$; 4) $y=x-e^x$;

5) $y=xlnx$;) $y=x^3-\frac{3}{2}x^2-6x+4$; 7) $y=x^3-6x^2+15x-8$;

8) $y=\frac{x^2}{1-x^2}$;9) $y=\frac{x^2-4x+1}{x-4}$; 10) $y=\frac{x^2-4x+1}{x-4}$.

Задание 15 . Исследовать на экстремум следующие функции:

1) $y=x^2+x+1$; 2) $y=2x^3-3x^2$. 3) $y=4x-x^4$;

4) $y=\frac{x}{x^2+x+1}$; 5) $y=x^2e^{\frac{1}{x}}$; 6) $y=\frac{ln^2x}{x}$.

Задание 16. Найти точки перегиба функции и интервалы выпуклости (вогнутости) графиков следующих функций

1) $y = 3x^2 - 2$; 2) $y = 3x^3 - x$; 3) $y = e^{x-2}$.

Задание 17. Найти асимптоты следующих функций:

1) $y = \frac{2x-1}{3x}$; 2) $y = ln(x-1)$;

3) $f(x) = \frac{x^2+1}{x^2-4}$; 4) $y = \frac{3x^2}{x^2+5}$.

Задание 18. Найдите неопределенные интегралы:

1) $\int (2\sqrt[3]{x} - \sqrt{5x} + 1)dx$; 2) $\int (\frac{2}{x^3} + \frac{1}{x\sqrt{x}})dx$; 3) $\int \frac{x^3 + 2x^2 - 4}{x} dx$;

4) $\int ctg^2 x dx$; 5) $\int sin^2 \frac{x}{2} dx$; 6) $\int (sin\frac{x}{2} - cos\frac{x}{2})^2 dx$;

7) $\int e^x (1 + \frac{e^{-x}}{x^2})dx$; 8) $\int (a-bx)^3 dx$; 9) $\int \frac{dx}{4x^2+1}$; 10) $\int \frac{dx}{\sqrt{8-3x^2}}$;

11) $\int \frac{x^4}{x^2+1} dx$; 12) $\int \frac{x^2-4}{x+4} dx$; 13) $\int 2^x \cdot 3^x dx$; 14) $\int \frac{2dx}{x^2+4}$.

15) $\int \frac{ln^3 5x}{x} dx$; 16) $\int \frac{x}{\sqrt{x^2-5}} dx$; 17) $\int \frac{x^2}{x^6+9} dx$; ;

18) $\int xsinxdx$; 19) $\int xe^x dx$; 20) $\int lnxdx$; 21) $\int x^2 cos\, xdx$;

22) $\int \frac{dx}{3x^2-6x+5}$; 23) $\int \frac{(x+3)dx}{x^2+4x-1}$; 24) $\int \frac{x-1}{x^2+3x+2} dx$.

Задание 19. Вычислить:

1) $\int_2^3 (2x^3 + x^2 - 5)dx$; 2) $\int_0^3 2^x dx$; 3) $\int_0^{\frac{\pi}{2}} cos\, xdx$; 4) $\int_{\frac{\pi}{6}}^{\frac{\pi}{4}} \frac{dx}{cos^2 x}$; 5) $\int_2^3 \frac{xdx}{x^2+1}$;

6) $\int_{\frac{\pi}{6}}^{\frac{\pi}{4}} \frac{dx}{\sqrt{4-x^2}}$ 7) $\int_{-1}^0 \frac{dx}{x^2+2x+2}$; 8) $\int_0^{\frac{\pi}{2}} sin^3 x dx$; 9) $\int_1^2 \frac{\sqrt{x^2-1}dx}{x}$; 10) $\int_1^2 \frac{\sqrt{x}dx}{1+x}$;

11) $\int_1^e \frac{\sqrt[3]{1+lnx}\ dx}{x}$.

Задание 20. Вычислите площадь фигуры, ограниченной линиями:

1) $y = x^2 + 1,\ y = 0,\ x = 0,\ x = 2$.

2) $y - x^2 + x + 1 = 0,\ y - x - 2 = 0$.

3) $y + x^2 - \frac{x}{2} - 1 = 0,\ y + \frac{x}{2} + 1 = 0$.

4) $y + x^2 - x - 1 = 0,\ y + x + 2 = 0$.

5) $y - x^2 + 2x - 1 = 0,\ y + x^2 - 2x - 1 = 0$.

6) $y - x^2 + 4x - 4 = 0,\ y + x^2 - 4x - 4 = 0$.

7) $y = cos\, x,\ y = 0,\ x = 0,\ x = 2\pi$.

8) $y = cos\, x,\ y = sin\, x,\ x = 0,\ x = \pi / 4$.

Задание 21. Вычислите объем тела, образованного вращением вокруг оси OX фигуры, ограниченной линиями:

1) $y = 1 + 8x^3,\ x = 0,\ y = 9$.

2) $y = \frac{x^2}{2},\ y = \frac{x^3}{8}$.

3) $y = x^2,\ xy = 8,\ y = 0,\ x = 4$.

4) $y = x^2 + 1,\ x = y^2 + 1,\ y = 0,\ x = 0,\ x = 2$.

5) $y = 4x^3,\ \mathrm{y} = 4,\ x = 0$.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Бухгалтерский учет и анализ»

Направление подготовки:*38.03.06 Торговое дело*
Профиль подготовки: *Электронная коммерция*
Квалификация выпускника: *Бакалавр*
Форма обучения: *очная*

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....5

III. Тематический план.....8

IV. Содержание дисциплины.....9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....9

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....17

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....18

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Бухгалтерский учет и анализ» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 N 963.

Изучение дисциплины «Бухгалтерский учет и анализ» ориентировано на получение обучающимися знаний о предмете и элементах метода бухгалтерского учета, об учете активов и источниках финансирования деятельности экономического субъекта, на формирование знаний о бухгалтерской (финансовой) отчетности, о сущности и порядке проведения анализа финансовой отчетности, на развитие практических навыков и умений, позволяющих впоследствии принимать высокоэффективные оперативные управленческие решения в процессе хозяйственной деятельности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

Цель и задачи дисциплины.

Цель изучения дисциплины - осознанное понимание студентами сущности бухгалтерского учета, объектов бухгалтерского наблюдения, знание процессов создания и развития системы бухгалтерского учета и понимание особенностей учета различных экономических операций.

Задачи изучения дисциплины:

- раскрыть сущность и содержание основных понятий и категорий бухгалтерского учета;
- определить место бухгалтерского учета в системе экономических наук;
- раскрыть нормативно-правовую базу бухгалтерского учета в РФ;
- раскрыть основы методологии бухгалтерского учета;
- раскрыть требования к процессу формирования учетной политики организации и практической организации на ее основе системы учета и отчетности;
- раскрыть технику ведения бухгалтерского учета;
- раскрыть порядок составления бухгалтерских проводок, отражающих хозяйственные операции организации;
- изучить нормативные акты по бухгалтерской отчетности;
- изучить методику формирования показателей в системе синтетического и аналитического учета и отчетности;

- понимать экономический смысл содержания бухгалтерской отчетности, как информационной базы финансового анализа;
- уметь ориентироваться в унифицированных формах первичной учетной документации;
- отчетливо представлять взаимосвязь информационных потоков;
- уметь внедрять передовые формы бухгалтерского учета с использованием компьютеров;
- раскрыть основы анализа финансовой отчетности организации;
- раскрыть основные приемы и методы анализа финансовой отчетности организации;
- сформировать навыки самостоятельной практической работы студентов.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен применять знания экономической и управленческой теории при решении оперативных и тактических задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	**ОПК-1**.	**ОПК-1.1.** Понимает базовые принципы функционирования экономики, осуществляет организацию и проведение процесса формирования информации в системе бухгалтерского учета с целью контроля и управления деятельностью экономических субъектов в торгово-экономической, торгово-организационной и административно-управленческих сферах .	требования законодательства Российской Федерации в сфере деятельности экономического субъекта, законодательства РФ в области бухгалтерского учета, налогов и сборов; цели и задачи бухгалтерского учета, принципы бухгалтерского учета в РФ, его предмет и метод	ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актах, регламентирующих сферу профессиональной деятельности использовать систему бухгалтерского учета для формирования финансовой отчетности организации ориентироваться в различных методах и способах ведения бухгалтерского учета и их влиянии на финансовые результаты деятельно-	применения современных методами сбора и формирования данных в системе бухгалтерского учета, а также их обработки ; составления бухгалтерской (финансовой) отчетности	Контактная работа: Лекции Практикумы по решению задач Самостоятельная работа

				сти организации; решать стандартные задачи и находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности		
		ОПК-1.2. Формирует и анализирует информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений в профессиональной деятельности разрабатывает и обосновывает варианты решения профессиональных задач в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	порядок формирования информации о деятельности торговой организации на счетах бухгалтерского учета содержание и порядок формирования показателей бухгалтерской отчетности организации сущность, виды, методологию экономического анализа; основные финансово-экономические показатели деятельности торговой организации	ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актах, регламентирующих порядок ведения бухгалтерского учета торговой организации; использовать и применять техники бухгалтерского учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации; применять современные методы и методики экономического анализа.	• выбора способов ведения бухгалтерского учета для формирования учетной политики и составления финансовой отчетности организации	
		ОПК-1.3. Применяет	принципы	**о**существ-	применения	

		принципы, методы и законы экономической теории, использует возможности бухгалтерского учета и экономического анализа для достижения текущих и долгосрочных финансовых и экономических целей в торгово-экономической, торгово-организационной, торгово-технологической и административно-управленческой сферах	бухгалтерского учета, элементы метода бухгалтерского учета, требования, предъявляемые к бухгалтерскому учету и бухгалтерской отчетности; структуру и содержание форм бухгалтерской отчетности; методику проведения анализа бухгалтерской финансовой отчетности.	лять организацию, координацию и контроль процесса формирования информации в системе бухгалтерского учета; осуществлять формирование числовых показателей бухгалтерской (финансовой) отчетности; принимать обоснованные финансово-экономические решения по результатам проведенного анализа показателей бухгалтерской отчетности	современных методов сбора, обработки и анализа финансовой, бухгалтерской и иной информации, необходимой для целей управления организацией; выполнения финансово-экономических расчетов, описания результатов и формулирования выводов по итогам финансового анализа.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Основы бухгалтерского учета.	4		6							6	Практикум по решению задач /20
Тема 2. Учет активов организации	8		12							6	Практикум по решению задач /20
Тема 3. Учет пассивов организации	6		6							6	Практикум по решению задач /20
Тема 4. Бухгалтерская (финансовая) отчетность)	6		12							4	Практикум по решению задач /20
Тема 5. Анализ финансовой отчетности.	8		12							6	Практикум по решению задач /20
Всего:	**32**		**48**							**28**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Основы бухгалтерского учета

Бухгалтерский учет, его определение, цели и задачи. Измерители, применяемые в учете.

Объекты бухгалтерского учета. Элементы метода бухгалтерского учета. Понятие о хозяйственных операциях.

Нормативное регулирование бухгалтерского учета в Российской Федерации.

Пользователи бухгалтерской информации.

Балансовое обобщение информации. Понятие бухгалтерского баланса, его содержание и структура. Типовые изменения баланса под влиянием хозяйственных операций.

Система бухгалтерских счетов. Дебет и кредит счетов. Обороты и сальдо. Счета активные, пассивные и активно-пассивные.

Корреспонденция счетов. Понятие о бухгалтерских проводках. Простые и сложные бухгалтерские проводки. Двойная запись. Порядок отражения операций на счетах с помощью двойной записи и ее контрольное значение.

Синтетические и аналитические счета. Понятие о субсчетах. Оборотные ведомости по синтетическим и аналитическим счетам, их контрольное значение. Синтетический и аналитический учет.

Классификация счетов бухгалтерского учета по экономическому содержанию. План счетов бухгалтерского учета, его значение и принципы построения. Классификация счетов бухгалтерского учета по структуре и назначению.

Основное содержание и порядок ведения учета хозяйственных операций на забалансовых счетах.

Первичные документы - носители исходной информации о хозяйственных операциях. Документация. Роль документов в бухгалтерском учете. Классификация документов. Правила оформления документов. Реквизиты документов. Проверка и обработка документов.

Документооборот и его этапы. Хранение документов.

Понятие об учетных регистрах. Порядок ведения бухгалтерских регистров и способы исправления в них ошибок.

Формы бухгалтерского учета: мемориально-ордерная, журнал - главная, журнально-ордерная, упрощенная для субъектов малого предпринимательства, автоматизированная.

Оценка объектов бухгалтерского учета. Виды оценок. Методы стоимостного измерения объектов учета.

Калькуляция: порядок ее исчисления и виды.

Инвентаризация, ее виды порядок проведения. Отражение результатов инвентаризации в бухгалтерском учете.

Организация бухгалтерского учета. Задачи бухгалтерской службы на предприятии. Структура бухгалтерии. Централизация и децентрализация учета. Права и обязанности главного бухгалтера.

Учетная политика организации. Порядок ее формирования и изменения. Структура и содержание учетной политики организации.

Тема 2. Учет активов организации

Нормативные акты по учету денежных средств.

Документальное оформление и порядок ведения учета денежных средств предприятия по расчетному счету и другим счетам в банке. Порядок открытия счетов в банке и пользования ими. Договор банковского счета. Выписки из счетов предприятия в банке, их бухгалтерская обработка и отражение по ним операций в учете.

Документальное оформление и порядок ведения кассовых операций. Кассовая книга, порядок ее ведения. Синтетический и аналитический учет кассовых операций. Ревизия кассы и контроль над сохранностью денежных средств.

Инвентаризация денежных средств в кассе.

Учет расчетов с покупателями и заказчиками. Учет расчетов с подотчетными лицами. Учет дебиторской задолженности.

Классификация и оценка основных средств. Инвентарный объект как единица учета основных средств.

Учет поступления основных средств. Амортизационные отчисления и их назначение. Порядок их определения и учета.

Учет списания, реализации и прочего выбытия основных средств.

Нематериальные активы, их классификация и оценка.

Учет поступления и создания нематериальных активов. Порядок начисления и учета амортизации нематериальных активов.

Учет списания, реализации и прочего выбытия нематериальных активов.

Деловая репутация организации. Особенности ее учета и амортизации.

Документальное оформление и учет поступления, списания и выбытия материалов.

Списание материалов в расход по методам: средней себестоимости, себестоимости каждой единицы, ФИФО.

Инвентаризация производственных запасов и учет ее результатов.

Состав прямых затрат на производство и их учет.

Номенклатура общепроизводственных расходов, порядок их учета и методы распределения.

Общехозяйственные расходы, их состав, порядок их учета и методы распределения.

Учет фактической производственной себестоимости реализованной продукции.

Методы учета производственных затрат и калькуляции себестоимости продукции: простой, позаказный, попередельный, нормативный, директ-костинг.

Учет выпуска готовой продукции.

Учет полной себестоимости реализованной продукции.

Учет расходов на продажу.

Учет реализации продукции (работ, услуг).

Понятие, классификация и оценка финансовых вложений. Учет финансовых вложений в уставные капиталы других предприятий.

Учет финансовых вложений в акции, облигации и другие ценные бумаги. Учет резерва под обесценение вложений в ценные бумаги.

Инвентаризация финансовых вложений.

Тема 3. Учет пассивов организации

Уставный капитал и учет его формирования. Порядок учета учредителей и акционеров.

Добавочный капитал, его формирование и учет.

Резервный капитал. Учет его формирования и использования.

Виды кредитов и порядок их учета. Особенности учета процентов за кредит.

Учет расчетов с поставщиками.

Основное содержание и порядок ведения учета кредиторской задолженности. Учет расчетов с бюджетом.

Синтетический и аналитический учет расчетов по оплате труда. Учет начислений по заработной плате. Расчет заработка при сдельной и повременной формах оплаты труда. Расчет отпускных и пособий по временной нетрудоспособности.

Расчет удержаний из заработной платы. Учет выплаты заработной платы, учет депонированной заработной платы.

Учет расчетов по социальному страхованию и социальному обеспечению.

Понятие дохода и расхода. Классификация доходов и расходов в зависимости от их характера, условий получения и направлений деятельности организации: доходы и расходы от обычной деятельности, прочие доходы и расходы.

Понятие и учет финансовых результатов.

Учет нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) отчетного года. Реформация бухгалтерского баланса.

Учет распределения и использования чистой прибыли. Порядок покрытия убытков.

Тема 4. Бухгалтерская (финансовая) отчетность.

Понятие бухгалтерской отчетности, ее роль и значение. Виды отчетности. Требования, предъявляемые к бухгалтерской отчетности.

Нормативные документы, регламентирующие методологические основы построения бухгалтерской отчетности в Российской Федерации.

Состав и содержание бухгалтерской отчетности; общая характеристика содержащейся в ней информации.

Пользователи бухгалтерской отчетности.

Структура баланса: состав и классификация статей актива и пассива, их характеристика.

Содержание отчета о финансовых результатах. Формирование показателей по группам доходов и расходов.

Содержание отчета об изменениях капитала. Показатели отчета, порядок их формирования и отражения в отчетности. Расчет стоимости чистых активов.

Содержание отчета о движении денежных средств. Показатели отчета, порядок их формирования и отражения в отчетности.

Содержание пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах, их аналитическое значение.

Тема 5. Анализ финансовой отчетности.

Понятие, цели и задачи анализа финансовой отчетности. Пользователи финансовой отчетности. Источники информации для проведения анализа финансовой отчетности. Методы, приемы и способы проведения анализа финансовой отчетности.

Анализ бухгалтерского баланса. Анализ структуры и динамики активов и капитала организации.

Анализ отчета о финансовых результатах. Анализ уровня и динамики финансовых результатов: прибыли от продаж, прибыли до налогообложения, прибыли от прочей деятельности и нераспределенной прибыли (непокрытого убытка).

Анализ состава и движения капитала организации, его структуры и динамики. Оценка стоимости чистых активов.

Анализ отчета о движении денежных средств. Оценка результативности текущей, финансовой и инвестиционной деятельности организации.

Анализ Пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.

Анализ отчета о целевом использовании полученных средств.

Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности на основе финансовых коэффициентов: анализ ликвидности и платежеспособности организации, анализ финансовой устойчивости организации, анализ деловой активности организации, анализ прибыли и рентабельности.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Бухгалтерский учет и анализ» используются такие виды учебной работы, как лекции, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического

характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций студенту необходимо вести записи (конспектировать материал), чтобы впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Целесообразно записывать обобщения, выводы, а также отображать в тетради схемы и графики, изображенные на слайдах. Важно фиксировать всю терминологию. Для ускорения записи рекомендуется вводить понятные сокращения.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы.

В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

При чтении лекций по дисциплине преподаватель использует электронные мультимедийные презентации.

Обучающимся предоставляется возможность копирования презентаций для самоподготовки и подготовки к промежуточной аттестации.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убе-

дительно излагать материал, формирование практических навыков в области ведения бухгалтерского учета, составления и анализа бухгалтерской отчетности.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины «Бухгалтерский учет и анализ».

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Бухгалтерский учет и анализ» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Практические задания выполняются индивидуально. Для выполнения практического задания необходимо внимательно прочитать задание, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке и выполнении заданий, отчетов, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Работа с литературой

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 1. Основы бухгалтерского учета.	Балансовое обобщение информации. Система бухгалтерских счетов. Классификация счетов бухгалтерского учета по экономическому содержанию. Классификация счетов бухгалтерского учета по структуре и назначению. Основное содержание	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму по решению задач.	Подготовка к защите задания практикума по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	и порядок ведения учета хозяйственных операций на забалансовых счетах. Первичные документы - носители исходной информации о хозяйственных операциях. Документация. Роль документов в бухгалтерском учете. Документооборот и его этапы. Хранение документов. Формы бухгалтерского учета: мемориально-ордерная, журнал - главная, журнально-ордерная, упрощенная для субъектов малого предпринимательства, автоматизированная. Организация бухгалтерского учета. Задачи бухгалтерской службы на предприятии. Структура бухгалтерии. Права и обязанности главного бухгалтера.		
Тема 2. Учет активов организации	Нормативные акты по учету денежных средств. Порядок открытия счетов в банке и пользования ими. Договор банковского счета. Учет расчетов с покупателями и заказчиками. Учет дебиторской задолженности. Классификация и оценка основных средств. Инвентарный объект как единица учета основных средств. Нематериальные активы, их классификация и оценка. Деловая репутация организации. Особенности ее учета и амортизации. Инвентаризация производственных запасов и учет ее результатов. Номенклатура общепроизводственных расходов, порядок их учета и методы распределения. Методы учета производственных затрат и	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму по решению задач.	Подготовка к защите задания практикума по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	калькуляции себестоимости продукции: простой, позаказный, попередельный, нормативный, директ-костинг. Понятие, классификация и оценка финансовых вложений. Учет финансовых вложений в уставные капиталы других предприятий. Учет финансовых вложений в акции, облигации и другие ценные бумаги. Учет резерва под обесценение вложений в ценные бумаги. Инвентаризация финансовых вложений.		
Тема 3. Учет пассивов организации	Порядок учета учредителей и акционеров. Учет расчетов с поставщиками. Основное содержание и порядок ведения учета кредиторской задолженности. Учет расчетов с бюджетом. Расчет заработка при сдельной и повременной формах оплаты труда. Расчет отпускных и пособий по временной нетрудоспособности. Реформация бухгалтерского баланса. Учет распределения и использования чистой прибыли. Порядок покрытия убытков.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму по решению задач.	Подготовка к защите задания практикума по решению задач
Тема 4. Бухгалтерская (финансовая) отчетность)	Требования, предъявляемые к бухгалтерской отчетности. Содержание отчета об изменениях капитала. Показатели отчета, порядок их формирования и отражения в отчетности. Расчет стоимости чистых активов. Содержание отчета о движении денежных средств. Показатели отчета, порядок их формирования и отражения в отчетности. Содержание пояс-	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму по решению задач.	Подготовка к защите задания практикума по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	нений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах, их аналитическое значение.		
Тема 5. Анализ финансовой отчетности.	Понятие, цели и задачи анализа финансовой отчетности. Анализ состава и движения капитала организации, его структуры и динамики. Оценка стоимости чистых активов. Анализ отчета о движении денежных средств. Оценка результативности текущей, финансовой и инвестиционной деятельности организации. Анализ Пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах. Анализ отчета о целевом использовании полученных средств.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму по решению задач.	Подготовка к защите задания практикума по решению задач

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Теория и организация бухгалтерского учета: учебник / под ред. Т.П. Алавердовой. - М.: Университет «Синергия», 2020. – 196 с. (Серия «Легкий учебник»).

2. Чувикова В. В. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для бакалавров / В. В. Чувикова , Т. Б. Иззука. - М.: Дашков и К°, 2015. – 248с. – режим доступа http://biblioclub.ru

3. Бородин, В.А. Теория бухгалтерского учета : учебник/ В.А. Бородин, А. Бабаев, Н.Д. Амаглобели ; под ред. Ю.А. Бабаева. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00918-6; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

4. Керимов, В.Э. Бухгалтерский финансовый учет: учебник / В.Э. Керимов. - 6-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 686 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02182-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

5. Чернов, В.А. Бухгалтерская (финансовая) отчетность : учебное пособие / В.А. Чернов ; под ред. М.И. Баканова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 128

с. - ISBN 978-5-238-01137-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/
6. Практикум по бухгалтерскому учету и анализу/ под ред. Т.П. Алавердовой. – 4-е изд., перераб. и доп. –М.: Университет «Синергия», 2020. – 244 с.

Дополнительная литература:

1. Бадмаева, Д.Г. Бухгалтерская финансовая отчетность: рабочая тетрадь для обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» / Д.Г. Бадмаева ; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, Кафедра бухгалтерского учета и аудита. - СПб. : СПбГАУ, 2016. - 45 с. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

2. Соколова, Е.С. Бухгалтерский (финансовый) учет: учебно-практическое пособие / Е.С. Соколова, О.В. Соколов. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 319 с. - ISBN 978-5-374-00295-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/

3. Соколова, Е.С. Бухгалтерский учет: учебно-практическое пособие / Е.С. Соколова, О.В. Соколов. - М.: Евразийский открытый институт, 2011. - 404 с. - ISBN 978-5-374-00294-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:http://biblioclub.ru/ .

4. Экономический анализ: учебник / под общ. ред. И.В. Косоруковой. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2012. – 432с.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

	Наименование портала (издания, курса, документа)	**Ссылка**
1.	Законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты.	www.consultant.ru
2.	Министерство финансов Российской Федерации.	www.minfin.ru
3.	Законодательство - законы и кодексы Российской Федерации. Полные тексты документов в последней редакции. Аналитические профессиональные материалы. Новости законодательства РФ.	www.garant.ru
4.	1С: Первый Бит	http://www.1cbit.ru/
5.	Брог: Бухгалтер.ру	http://www.buhgalte.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/) - договор об информационной поддержке от 01.01.2015. (Договор оказания информационных услуг № 22649/П от 01.01.2015г.).

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	Отчет по практикуму «20-19» – практикум выполнен верно и в срок, представлен грамотный отчет. «18-15» – практикум выполнен верно и в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. «14-10»- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки. «9-0» - практикум не выполнен.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к практикуму по решению задач:

Задание № 1.

В кассе предприятия на начало дня сальдо составило 2000 руб. За день по счету произошли следующие хозяйственные операции:

- получена выручка – 3000 руб.;
- возвращен аванс по подотчетному лицу Иванову А. – 100 руб.;
- выдано в подотчет Петрову В. на командировку – 2000 руб.;
- сдана в банк депонированная сумма – 2000 руб.

Записать проводки. Определить вид, показать схему счета. Вычислить конечное сальдо счета на конец дня.

Задание № 2.

На начало дня сальдо по счету краткосрочный кредит составило 150000 руб. За месяц по счету произошли следующие хозяйственные операции:

- произведен полный расчет за кредит через расчетный счет – 150000 руб.;
- взят новый кредит – 200000 руб.;
- начислены % по кредиту за месяц из расчета 25% годовых – 417 руб.

Записать проводки. Определить вид, показать схему счета. Вычислить конечное сальдо счета на конец месяца.

Задание № 3.

На начало месяца сальдо по счету кредиторская задолженность (76сч) перед организацией А составило 3000 руб. А сальдо по дебиторской задолженности (76 сч.) организации Б составило 7000 руб. В течение месяца:

Были удержаны и перечислены алименты из зарплаты рабочих – 350 руб.;

Начислен штраф в нашу пользу от организации С – 1000 руб.;

Организация Б погасила свой долг.

Определить вид, показать схему счета. Вычислить конечное сальдо счета на конец месяца.

Задание № 4.

На счете расчеты с бюджетом на начало дня сальдо составило 6800 руб. За день по счету произошли следующие хозяйственные операции:

- начислен НДС с суммы выручки по проданной продукции – 18000 руб.;
- начислены налоговые вычеты по полученным материалам– 27500 руб.;
- в бюджет перечислен НДФЛ – 9100 руб.;
- начислен налог на имущество – 17000 руб.

Записать проводки. Определить вид, показать схему счета. Вычислить конечное сальдо счета на конец дня.

Задание № 5.

Дана СОВ с остатками по счетам на начало месяца.

№ сч.	**С-до начальное**		**Обороты**		**Сальдо конечное**	
	Дт	Кт	Дт	Кт	Дт	Кт
01	564100					
02						
04	100					
05						
10	209100					
43	45000					
51	270000					
6		81000				

0						
62	8500					
66		400000				
68		6000				
70		5000				
80		500000				
82		20000				
83		59800				
84		25000				
Итого	1096800	1096800				

За отчетный период произошли следующие хозяйственные операции:

1. Начислена амортизации НМА общехозяйственного назначения – 25;
2. Отпущены со склада и израсходованы материалы в основное производство – 50000;
3. Начислена зарплата рабочим основного производства – 80000 и АУП – 50000;
4. Из зарплаты удержан НДФЛ– 16900;
5. Оприходована на склад готовая продукция по фактической себестоимости, выпущенная из основного производства – 300000.

Записать бухгалтерские проводки, перенести обороты и итоги в СОВ, посчитать конечные остатки.

Задание № 6.

Даны остатки по счетам на начало месяца:

Номера счетов	Сумма (руб.)	Номера счетов	Сумма (руб.)
01	564100	68	6000
04	100	70	5000
10	209100	80	500000
43	45000	82	20000
51	270000	83	59800
60	81000	84	25000
62	8500		
66	400000		

Распределить хозяйственные средства предприятия по статьям и разделам баланса. Свести итоги.

Задание № 7.

Сгруппировать источники образования имущества предприятия по группам и подгруппам. Подсчитать итоги:

Наименование статей	Сумма (руб.)
1. Задолженность перед бюджетом	3300
2. Нераспределенная прибыль	25000
3. Задолженность по страховым взносам	2700
4. Краткосрочный кредит	400000
5. Уставный капитал	500000
6. Задолженность по зарплате	5000
7. Добавочный капитал	59800
8. Задолженность перед поставщиками	81000
9. Резервный капитал	20000

Задание № 8.

Отгружены материалы покупателю на сумму 96 000 руб., в т. ч. НДС 16 000 руб. Фактическая себестоимость проданных материалов составляет 70 000 руб.

Определить финансовый результат от продажи материалов и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 9.

Проданы основные средства покупателю на сумму 300 000 руб., в т. ч. НДС 50 000 руб. Первоначальная стоимость основных средств 220 000 руб., сумма начисленной амортизации 50 000 руб.

Определить финансовый результат от продажи основных средств и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 10.

Получены и оприходованы материалы от поставщика на сумму 50 400 руб., в том числе НДС 8 400 руб. Кроме того, получен счет от посредника на сумму 8 400 руб., в том числе НДС 1 400 руб.

Определить фактическую себестоимость материалов и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 11.

Проданы нематериальные активы покупателю на сумму 240 000 руб., в т. ч. НДС 40 000 руб. Первоначальная стоимость основных средств 220 000 руб., сумма начисленной амортизации 25 000 руб.

Определить финансовый результат от продажи нематериальных ак-

тивов и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 12.

Отгружена продукция покупателю на сумму 120 000 руб., в т. ч. НДС 20 000 руб. Фактическая себестоимость отгруженной продукции составляет 85 000 руб., расходы на продажу составляют 10 000 руб.

Определить финансовый результат от продажи продукции и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 13.

Приобретены нематериальные активы в сумме 60 000 руб., в том числе НДС 10 000 руб. Кроме того, получен счет от посредника на сумму 1 440 руб., в том числе НДС 240 руб.

Определить первоначальную стоимость нематериальных активов и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 14.

Списывается прибыль от продажи продукции в сумме 70 000 руб. Списывается сальдо прочих расходов в сумме 30 000 руб. Начислен условный расход по налогу на прибыль.

Определить сумму налога на прибыль и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 15.

По приведенным ниже данным следует выявить чистую прибыль за отчетный год и записать бухгалтерские проводки.

Исходные данные: ООО «Мираж» в декабре 20XX г. получило прибыль от продажи продукции в сумме 121 650 руб. В этом же месяце был получен убыток от прочих видов деятельности в сумме 6 802 руб. Сумма начисленного налога на прибыль составила 35 739 руб. Сальдо на 1 декабря на счете 99 (кредит) составило 489 000 руб.

Задание 16.

За отчетный месяц в организации произведены следующие расходы:

- начислена заработная плата рабочим основного производства – 350 000 руб.;
- начислены страховые взносы во внебюджетные фонды (30,2%) – определить;
- списаны материалы на производство продукции – 190 000 руб.;
- начислена амортизация основных средств – 12 000 руб.

Определить фактическую себестоимость продукции, выпущенной из основного производства, если остаток незавершенного производства на начало месяца 6 000 руб., на конец месяца – 18 000 руб. Записать бухгалтерские проводки.

Задание № 17.

Валюта баланса – 200 000 руб., оборотные активы организации – 50 000 руб. Собственный капитал организации – 160 000 руб., долгосрочные обязательства отсутствуют. Выручка – 100 000 руб. Себестоимость – 70 000 руб. Прибыль до налогообложения -20 000 руб. Налог на прибыль – 4800 руб. Рассчитайте величину собственных оборотных средств организации.

Задание № 18.

Долгосрочные обязательства -50000 руб., краткосрочные обязательства – 100000 руб., собственный капитал организации – 60 000 руб. Выручка – 100 000 руб.. Себестоимость – 70 000 руб., прибыль до налогообложения -20 000 руб., налог на прибыль – 4800 руб. Определите коэффициент финансовой независимости организации.

Задание № 19.

Компания имеет следующие показатели финансовой отчетности: собственный капитал – 80 000 руб., валюта баланса – 150 000 руб., внеоборотные активы – 60000 руб., выручка – 100 000 руб., себестоимость – 70 000 руб., прибыль до налогообложения -20 000 руб., налог на прибыль – 4800 руб. Определите коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами.

Задание № 20.

По данным финансовой отчетности рассчитайте коэффициенты: текущей ликвидности, срочной ликвидности, абсолютной ликвидности и общий показатель платежеспособности организации, сделайте вывод.

- наиболее ликвидные активы: 18 000 т. руб.;
- быстрореализуемые активы: 45 000 т. руб.;
- медленно-реализуемые активы: 45 000 т. руб.;
- труднореализуемые активы: 62 000 т. руб.;
- наиболее срочные обязательства: 25 000 т. руб.;
- краткосрочные пассивы: 50 000 т. руб.;
- долгосрочные пассивы: 20 000 т. руб.;
- постоянные пассивы: 75 000 т. руб.

Задание № 21.

Основные средства организации – 2 000 тыс. руб., запасы и затраты – 1 800 тыс. руб., дебиторская задолженность – 2 300 тыс. руб., денежные средства – 10 тыс. руб., краткосрочные финансовые вложения – 105 000 руб., валюта баланса – 6 110 тыс. руб., собственный капитал – 2 550 тыс. руб., долгосрочные заемные средства – 1 060 тыс. руб., краткосрочные ссуды банка – 2 000 тыс. руб., кредиторская задолженность – 500 тыс. руб. Рассчитайте коэффициент абсолютной ликвидности.

Задание № 22.

По данным финансовой отчетности проанализируйте ликвидность баланса, сделайте вывод.

- наиболее ликвидные активы: 18 000 т. руб.;
- быстрореализуемые активы: 45 000 т. руб.;
- медленно-реализуемые активы: 45 000 т. руб.;
- труднореализуемые активы: 62 000 т. руб.;
- наиболее срочные обязательства: 25 000 т. руб.;
- краткосрочные пассивы: 50 000 т. руб.;
- долгосрочные пассивы: 20 000 т. руб.;
- постоянные пассивы: 75 000 т. руб.

Задание № 23.

Основные средства организации – 2 000 тыс. руб., запасы и затраты – 1 800 тыс. руб., дебиторская задолженность – 2 300 тыс. руб., денежные средства – 10 тыс. руб., краткосрочные финансовые вложения – 105 000 руб., валюта баланса – 6 110 тыс. руб., собственный капитал – 2 550 тыс. руб., долгосрочные заемные средства – 1 060 тыс. руб., краткосрочные ссуды банка – 2 000 тыс. руб., кредиторская задолженность – 500 тыс. руб. Рассчитайте коэффициент срочной (промежуточной) ликвидности.

Задание № 24.

Валюта баланса – 150 000 руб., заемный капитал организации – 60 000 руб., выручка – 100 000 руб., себестоимость – 70 000 руб., прибыль до налогообложения -20 000 руб., налог на прибыль – 4000 руб. Рассчитайте рентабельность собственного капитала организации

Задание № 25.

Организация имеет внеоборотные активы на сумму 600 тыс. руб. долгосрочные обязательства – 300 тыс. руб., текущие (оборотные) активы – 800 тыс. руб., собственный капитал – 700 тыс. руб. Рассчитайте коэффициент финансовой зависимости организации.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Бухгалтерский учет и анализ» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины (курса), а также позволяющий оценить степень	Выполнение студентом заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: 1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40. **90-100 (отлично)–** ответ правильный, логически выстроен, использована философская термино-

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
владения обучающимся принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (курса).	логия. Задачи решены правильно. Студент правильно интерпретирует полученный результат. **70 -89 (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, использована философская терминология. Ход решения задач правильный, ответ неверный. Студент в целом правильно интерпретирует полученный результат. **50-69 (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, использована философская терминология. Задача решена частично. **менее 50 баллов (неудовлетворительно)–** ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задачи не решены.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Бухгалтерский учет, его определение и задачи. Предмет и метод бухучета.
2. Бухгалтерский баланс, его строение и виды. Изменения в бухгалтерском балансе под влиянием хозяйственных операций.
3. Учет приобретения, выбытия и списания материалов.
4. Учет приобретения основных средств.
5. Учет кредитов и займов.
6. Учет приобретения и выбытия нематериальных активов.
7. Учет продажи продукции.
8. Учет финансовых результатов деятельности организации.
9. Счета бухгалтерского учета, их строение и виды. Двойная запись на счетах бухгалтерского учета
10. Учетная политика организации, ее определение и порядок формирования.
11. Учет расчетов по оплате труда. Учет страховых взносов в государственные внебюджетные фонды.
12. Учет выпуска готовой продукции и расходов на продажу.
13. Учет собственного капитала организации.
14. Бухгалтерская (финансовая) отчетность, ее определение и состав. Нормативное регулирование БФО.
15. Отчет о финансовых результатах, его структура и порядок заполнения.
16. Порядок учета денежных средств в кассе организации. Документальное оформление кассовых операций. Учет расчетов с подотчетными лицами.

17. Документальное оформление и учет выбытия основных средств.
18. Отчет об изменениях капитала, его структура и порядок заполнения.
19. Содержание и структура Отчета о движении денежных средств, порядок его заполнения.
20. Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах, их содержание и порядок заполнения.
21. Анализ финансовой отчетности, его определение, цели и задачи. Основные методы анализа.
22. Анализ ликвидности баланса и платежеспособности организации. Абсолютные и относительные показатели ликвидности.
23. Анализ финансовой устойчивости организации. Абсолютные и относительные показатели финансовой устойчивости.
24. Анализ деловой активности организации. Показатели, характеризующие деловую активность.
25. Анализ финансовых результатов. Абсолютные и относительные показатели, порядок их расчета.

Задания 2-го типа

1. Верно ли утверждение, что прибыль – это превышение расходов над доходами? Аргументировать свой ответ.
2. Верно или неверно утверждение, что бухгалтерская проводка – это запись хозяйственной операции по дебету одного и кредиту другого счета в одной сумме? Аргументировать свой ответ.
3. Верно ли утверждение, что активы равны капитал минус обязательства? Аргументировать свой ответ.)
4. Верно или неверно утверждение, что ведение бухгалтерского учета является обязательным для всех организаций? Аргументировать свой ответ.
5. Верно или неверно утверждение, что ведение управленческого учета является обязательным для всех организаций? Аргументировать свой ответ.
6. Верно или неверно утверждение, что приобретенные основные средства принимаются к учету по остаточной стоимости? Аргументировать свой ответ.
7. Верно или неверно утверждение, что бухгалтерская проводка – это запись хозяйственной операции по дебету одного и дебету другого счета в одной сумме? Аргументировать свой ответ.
8. Верно или неверно утверждение, что прибыль – это превышение доходов над расходами? Аргументировать свой ответ.
9. Верно или неверно утверждение, что нематериальные активы принимаются к учету по первоначальной стоимости? Аргументировать свой ответ.
10. Верно или неверно утверждение, что предметом бухгалтерского учета является вся финансово-хозяйственная деятельность организации? Аргументировать свой ответ.

11. Верно или неверно утверждение, что аналитический учет ведется только в денежной оценке.
12. Верно или неверно утверждение, что превышение фактического имущества по данным инвентаризации над учетными данными называется недостача.
13. Верно или неверно утверждение, что уставный капитал учитывает прирост стоимости имущества.
14. Верно или неверно утверждение, что расчеты наличными деньгами производятся в пределах 120 тысяч рублей. Аргументировать свой ответ.
15. Верно или неверно утверждение, что амортизация основных средств начисляется ежегодно. Аргументировать свой ответ.
16. Верно или неверно утверждение, что приобретенные основные средства принимаются к учету по первоначальной стоимости. Аргументировать свой ответ.
17. Верно ли утверждение, что ведение бухгалтерского учета для организации является необязательным? Аргументировать свой ответ.
18. Верно ли утверждение, что активы равны капитал минус обязательства? Аргументировать свой ответ.
19. Верно или неверно утверждение, что приобретенные основные средства принимаются к учету по остаточной стоимости? Аргументировать свой ответ.

20. Верно или неверно утверждение, что полная себестоимость включает в себя затраты на производство, управление и коммерческие расходы. Аргументировать свой ответ.

21. Верно или неверно утверждение, что добавочный капитал отражает прирост стоимости имущества. Аргументировать свой ответ.

22. Верно или неверно утверждение, что добавочный капитал отражает уменьшение стоимости имущества. Аргументировать свой ответ.

23. Верно или неверно утверждение, что резервный капитал отражает прирост стоимости имущества. Аргументировать свой ответ.

24. Верно или неверно утверждение, что превышение фактического имущества по данным инвентаризации над учетными данными называется излишек. Аргументировать свой ответ.

25. Верно или неверно утверждение, что деловая репутация организации входит в состав основных средств. Аргументировать свой ответ.

Задания 3-го типа

Задание № 1.

Отгружена продукция покупателю на сумму 240 000 руб., в т. ч. НДС 40 000 руб. Фактическая себестоимость отгруженной продукции составляет 190 000 руб., расходы на продажу продукции составляют 3000 руб.

Определить финансовый результат от продажи продукции и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 2.

Оборотные активы – 60 000 руб., внеоборотные активы – 90 000 руб.,

собственный капитал организации – 80 000 руб. Выручка – 100 000 руб., себестоимость – 70 000 руб., прибыль до налогообложения -15 000 руб. Рассчитайте коэффициент финансового рычага (капитализации).

Задание № 3.

Валюта баланса – 150 000 руб., Собственный капитал организации – 60 000 р. Выручка – 100 000 р. Себестоимость – 70 000 р. Прибыль до налогообложения -20 000 р. Налог на прибыль – 4800 р. Рассчитайте по данным финансовой отчетности рентабельность продаж организации.

Задание № 4.

За отчетный месяц в организации произведены следующие расходы:

- начислена заработная плата рабочим основного производства – 320 000 руб.;
- начислены страховые взносы во внебюджетные фонды (30,2%) – определить;
- списаны материалы на производство продукции – 60 000 руб.;
- начислена амортизация основных средств – 19 000 руб.

Определить фактическую себестоимость продукции, выпущенной из основного производства, если остаток незавершенного производства на начало месяца 17000 руб., на конец месяца – 28000 руб. Записать бухгалтерские проводки.

Задание № 5.

Проданы основные средства покупателю на сумму 300 000 руб., в т. ч. НДС 50 000 руб. Первоначальная стоимость основных средств 270 000 руб., сумма начисленной амортизации 190 000 руб. Определить финансовый результат от продажи основных средств и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 6.

Приобретены нематериальные активы в сумме 600 000 руб., в том числе НДС 100 000 руб. Кроме того, получен счет от посредника на сумму 30 000 руб., в том числе НДС 5 000 руб.

Определить первоначальную стоимость нематериальных активов и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 7.

Валюта баланса на начало периода – 140 000 руб., на конец периода – 160 000 руб., Выручка от продаж – 80 000 руб., налог на прибыль 4 000 руб., нераспределенная прибыль – 15 200 руб. Рассчитайте оборачиваемость активов.

Задание № 8.

Списывается прибыль от продажи продукции в сумме 190 000 руб.

Списывается сальдо прочих доходов в сумме 50 000 руб. Начислен условный расход по налогу на прибыль.

Определить сумму налога на прибыль и записать бухгалтерские проводки.

Задание № 9.

Основные средства организации – 2 000 тыс. руб., запасы и затраты – 1 800 тыс. руб., дебиторская задолженность – 2 300 тыс. руб., денежные средства – 10 тыс. руб., валюта баланса – 6 110 тыс. руб., собственный капитал – 2 550 тыс. руб., долгосрочные заемные средства – 1 060 тыс. руб., краткосрочные ссуды банка – 2 000 тыс. руб., кредиторская задолженность – 500 тыс. руб. Рассчитайте коэффициент текущей ликвидности.

Задание № 10.

Компания имеет следующие показатели по бухгалтерской финансовой отчетности: выручка 100 000 руб., валовая прибыль – 30 000 руб., прибыль до налогообложения – 12 000 руб., ПНО - 2000 руб., ОНА – 3000 руб., ОНО - 1000 руб. Рассчитайте текущий налог на прибыль и определите чистую прибыль организации.

Задание № 11.

ООО «Ключ» в декабре 2011 года получило прибыль от продажи продукции в сумме 69 000 руб., в том же месяце был получен убыток от прочих видов деятельности в сумме 4 000 руб., постоянные налоговые обязательства – 3 000 руб., отложенные налоговые активы – 5000 руб., отложенные налоговые обязательства – 10000 руб. Сальдо (К) на 1 декабря по счету 99 «Прибыли и убытки» составило 335 000руб.

Рассчитайте текущий налог на прибыль и определите чистую прибыль (убыток) организации за отчетный год.

Задание № 12.

Валюта баланса – 150 000 руб., Собственный капитал организации – 60 000 руб., выручка от продажи – 100 000 руб., себестоимость – 60 000 руб., коммерческие расходы – 10000 руб. Прибыль до налогообложения -20 000 руб., налог на прибыль – 4800 руб.

Рассчитайте по данным финансовой отчетности экономическую рентабельность.

Задание № 13.

Основные средства организации – 2 000 тыс. руб., запасы и затраты – 1 800 тыс. руб., дебиторская задолженность – 2 300 тыс. руб., денежные средства – 10 тыс. руб., краткосрочные финансовые вложения – 105 000 руб., валюта баланса – 6 110 тыс. руб., собственный капитал – 2 550 тыс. руб., долгосрочные заемные средства – 1 060 тыс. руб., краткосрочные ссуды банка – 2 000 тыс. руб., кредиторская задолженность – 500 тыс. руб. Рассчитайте коэффициент срочной (промежуточной) ликвидности.

Задание № 14.

Организация имеет внеоборотные активы на сумму 600 тыс. руб. долгосрочные обязательства – 300 тыс. руб., текущие (оборотные) активы – 800 тыс. руб., собственный капитал – 700 тыс. руб. Рассчитайте коэффициент финансовой устойчивости организации.

Задание № 15.

Показатель	Сумма, т. руб
Выручка от продаж, тыс. руб.	218315
Себестоимость проданной продукции, тыс. руб.	206149
Валовая прибыль, тыс. руб.	
Коммерческие расходы, тыс. руб.	8732
Управленческие (общехозяйственные) расходы, тыс. руб.	-
Прибыль от продаж, тыс. руб.	
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	1842
Чистая прибыль, тыс. руб.	1437
Рентабельность оборота, %: — по прибыли до налогообложения	
— по чистой прибыли	

Рассчитайте отсутствующие показатели, сформулируйте вывод.

Задание № 16.

Валюта баланса – 150 000 руб., Оборотные активы организации – 50 000 руб. Собственный капитал организации – 60 000 руб., долгосрочные обязательства отсутствуют. Выручка – 100 000 руб. Себестоимость – 70 000 руб. Прибыль до налогообложения – 20 000 руб. Налог на прибыль – 4800 руб. Рассчитайте чистый оборотный капитал организации.

Задание № 17.

Валюта баланса – 200 000 руб., оборотные активы организации – 50 000 руб. Собственный капитал организации – 160 000 руб., долгосрочные обязательства отсутствуют. Выручка – 100 000 руб. Себестоимость – 70 000 руб. Прибыль до налогообложения -20 000 руб. Налог на прибыль – 4800 руб. Рассчитайте величину собственных оборотных средств организации.

Задание № 18.

Долгосрочные обязательства -50000 руб., краткосрочные обязательства – 100000 руб., собственный капитал организации – 60 000 руб. Выручка – 100 000 руб.. Себестоимость – 70 000 руб., прибыль до налогообложения -20 000 руб., налог на прибыль – 4800 руб. Определите коэффициент финансовой независимости организации.

Задание № 19.

Компания имеет следующие показатели финансовой отчетности: собственный капитал – 70 000 руб., валюта баланса – 150 000 руб., внеоборотные активы – 60000 руб., выручка – 100 000 руб., себестоимость – 70 000 руб., прибыль до налогообложения -20 000 руб., налог на прибыль – 4800 руб. Определите коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными оборотными средствами.

Задание № 20.

По данным финансовой отчетности проведите анализ ликвидности баланса и рассчитайте общий показатель платежеспособности организации, сделайте вывод.

- наиболее ликвидные активы: 18 000 тыс. руб.;
- быстрореализуемые активы: 45 000 тыс. руб.;
- медленно-реализуемые активы: 45 000 тыс. руб.;
- труднореализуемые активы: 62 000 тыс. руб.;
- наиболее срочные обязательства: 25 000 тыс. руб.;
- краткосрочные пассивы: 50 000 тыс. руб.;
- долгосрочные пассивы: 20 000 тыс. руб.;
- постоянные пассивы: 75 000 тыс. руб.;

Задание № 21.

Рассчитайте по оборотно-сальдовой ведомости величину запасов для заполнения строки «Запасы» бухгалтерского баланса.

Оборотно-сальдовая ведомость
за 1 квартал 20__ г.

Счет		Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
од	Наименование	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
1	Основные средства	57600		8644	3700	62544	
2	Амортизация ОС		19520	3450	5000		21070
4	Нематер. активы	6200				6200	
5	Амортизация НМА		2150		910		3060
8	Вложения во внеоборот.активы	12200			10169	2031	
0	Материалы	19000		21720	20882	19838	
9	НДС по приобр. ценностям	3250		4490	6320	1420	
0	Основное производство	12300		97944	110244		
3	Готовая продукция	17700		90000	100000	7700	
	Касса	45		33	30	28	

0		0		160	800	10	
1	Расчетный счет	59 727		53 225	79 352	33 600	
0	Расчеты с поставщиками и подрядчиками		26 900	26 900	24 957		249 57
2	Расчеты с покупателями и заказчиками	20 925		14 5000	20 925	14 5000	
6	Расчеты по краткосрочным кредитам и займам		20 000		18 000		380 00
8	Расчеты по налогам и сборам		72 00	13 520	29 590		232 70
9	Расчеты по социальному страхованию и обеспечению		78 10	79 60	14 982		148 32
0	Расчеты с персоналом по оплате труда		20 800	23 850	42 250		392 00
1	Расчеты с подотчетными лицами	33 00			34 86		186
5	Расчеты с учредителями	10 000			10 000		
6	Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами		12 000	15 192	85 42		535 0
0	Уставный капитал		32 800				328 00
6	Резервы предстоящих платежей		15 020	16 33	12 060		254 47
7	Расходы будущих периодов	63 00		15 25	18 00	60 25	
9	Прибыли и убытки		22 101	73 76	16 20		163 45
4	Нераспределенная прибыль(непокрытый)убыток		42 650				426 50
	Итого	22 8952	22 8952	55 5589	55 5589	28 7168	287 168

Задание № 22.

Заполните по оборотно-сальдовой ведомости I раздел актива баланса.

Оборотно-сальдовая ведомость
за 1 квартал 20XX г.

Счет		Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
од	Наименование	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
1	Основные средства	57600		8644	3700	62544	
2	Амортизация ОС		19520	3450	5000		21070
4	Нематер. активы	6200				6200	
5	Амортизация НМА		2150		910		3060
8	Вложения во внеоборот.активы	12200			10169	2031	
0	Материалы	19000		21720	20882	19838	

9	НДС по приобр. ценностям	3250		4490	6320	1420	
0	Основное производство	12300		97944	110244		
3	Готовая продукция	17700		90000	100000	7700	
0	Касса	450		33160	30800	2810	
1	Расчетный счет	59727		53225	79352	33600	
0	Расчеты с поставщиками и подрядчиками		26900	26900	24957		24957
2	Расчеты с покупателями и заказчиками	20925		145000	20925	145000	
6	Расчеты по краткосрочным кредитам и займам		20000		18000		38000
8	Расчеты по налогам и сборам		7200	13520	29590		23270
9	Расчеты по социальному страхованию и обеспечению		7810	7960	14982		14832
0	Расчеты с персоналом по оплате труда		20800	23850	42250		39200
1	Расчеты с подотчетными лицами	3300			3486		186
5	Расчеты с учредителями	10000			10000		
6	Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами		12000	15192	8542		5350
0	Уставный капитал		32800				32800
6	Резервы предстоящих платежей		15020	1633	12060		25447
7	Расходы будущих периодов	6300		1525	1800	6025	
9	Прибыли и убытки		22101	7376	1620		16345
4	Нераспределенная прибыль(непокрытый)убыток		42650				42650
	Итого	228952	228952	555589	555589	287168	287168

Задание № 23.

Заполните по оборотно-сальдовой ведомости III раздел пассива баланса.

Оборотно-сальдовая ведомость
за 1 квартал 20XX г.

Счет		Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
од	Наименование	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
1	Основные средства	57600		8644	3700	62544	
2	Амортизация ОС		19520	3450	5000		21070

4	Нематер. активы	6200				6200	
5	Амортизация НМА		2150		910		3060
8	Вложения во внеоборот.активы	12200			10169	2031	
0	Материалы	19000		21720	20882	19838	
9	НДС по приобр. ценностям	3250		4490	6320	1420	
0	Основное производство	12300		97944	110244		
3	Готовая продукция	17700		90000	100000	7700	
0	Касса	450		33160	30800	2810	
1	Расчетный счет	59727		53225	79352	33600	
0	Расчеты с поставщиками и подрядчиками		26900	26900	24957		24957
2	Расчеты с покупателями и заказчиками	20925		145000	20925	145000	
6	Расчеты по краткосрочным кредитам и займам		20000		18000		38000
8	Расчеты по налогам и сборам		7200	13520	29590		23270
9	Расчеты по социальному страхованию и обеспечению		7810	7960	14982		14832
0	Расчеты с персоналом по оплате труда		20800	23850	42250		39200
1	Расчеты с подотчетными лицами	3300			3486		186
5	Расчеты с учредителями	10000			10000		
6	Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами		12000	15192	8542		5350
0	Уставный капитал		32800				32800
6	Резервы предстоящих платежей		15020	1633	12060		25447
7	Расходы будущих периодов	6300		1525	1800	6025	
9	Прибыли и убытки		22101	7376	1620		16345
4	Нераспределенная прибыль(непокрытый)убыток		42650				42650
	Итого	228952	228952	555589	555589	287168	287168

Задание № 24.

Заполните по оборотно-сальдовой ведомости V раздел пассива баланса.

Оборотно-сальдовая ведомость
за 1 квартал 20XX г.

Счет		Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
од	Наименование	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
1	Основные средства	57600		8644	3700	62544	
2	Амортизация ОС		19520	3450	5000		21070
4	Нематер. активы	6200				6200	
5	Амортизация НМА		2150		910		3060
8	Вложения во внеоборот.активы	12200			10169	2031	
0	Материалы	19000		21720	20882	19838	
9	НДС по приобр. ценностям	3250		4490	6320	1420	
0	Основное производство	12300		97944	110244		
3	Готовая продукция	17700		90000	100000	7700	
0	Касса	450		33160	30800	2810	
1	Расчетный счет	59727		53225	79352	33600	
0	Расчеты с поставщиками и подрядчиками		26900	26900	24957		24957
2	Расчеты с покупателями и заказчиками	20925		145000	20925	145000	
6	Расчеты по краткосрочным кредитам и займам		20000		18000		38000
8	Расчеты по налогам и сборам		7200	13520	29590		23270
9	Расчеты по социальному страхованию и обеспечению		7810	7960	14982		14832
0	Расчеты с персоналом по оплате труда		20800	23850	42250		39200
1	Расчеты с подотчетными лицами	3300			3486		186
5	Расчеты с учредителями	10000			10000		
6	Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами		12000	15192	8542		5350
0	Уставный капитал		32800				32800
6	Резервы предстоящих платежей		15020	1633	12060		25447
7	Расходы будущих периодов	6300		1525	1800	6025	
9	Прибыли и убытки		22101	7376	1620		16345
4	Нераспределенная прибыль(непокрытый)убыток		42650				42650
	Итого	22	22	55	55	28	287

	8952	8952	5589	5589	7168	168

Задание № 25.

Заполните по оборотно-сальдовой ведомости II раздел актива баланса.

Оборотно-сальдовая ведомость
за 1 квартал 20XX г.

Счет		Сальдо на начало периода		Обороты за период		Сальдо на конец периода	
од	Наименование	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит	Дебет	Кредит
1	Основные средства	57600		8644	3700	62544	
2	Амортизация ОС		19520	3450	5000		21070
4	Нематер. активы	6200				6200	
5	Амортизация НМА		2150		910		3060
8	Вложения во внеоборот.активы	12200			10169	2031	
0	Материалы	19000		21720	20882	19838	
9	НДС по приобр. ценностям	3250		4490	6320	1420	
0	Основное производство	12300		97944	110244		
3	Готовая продукция	17700		90000	100000	7700	
0	Касса	450		33160	30800	2810	
1	Расчетный счет	59727		53225	79352	33600	
0	Расчеты с поставщиками и подрядчиками		26900	26900	24957		24957
2	Расчеты с покупателями и заказчиками	20925		145000	20925	145000	
6	Расчеты по краткосрочным кредитам и займам		20000		18000		38000
8	Расчеты по налогам и сборам		7200	13520	29590		23270
9	Расчеты по социальному страхованию и обеспечению		7810	7960	14982		14832
0	Расчеты с персоналом по оплате труда		20800	23850	42250		39200
1	Расчеты с подотчетными лицами	3300			3486		186
5	Расчеты с учредителями	10000			10000		
6	Расчеты с прочими дебиторами и кредиторами		12000	15192	8542		5350
0	Уставный капитал		32800				32800
6	Резервы предстоящих платежей		15020	1633	12060		25447

7	Расходы будущих периодов	6300		1525	1800	6025	
9	Прибыли и убытки		22101	7376	1620		16345
4	Нераспределенная прибыль(непокрытый)убыток		42650				42650
	Итого	228952	228952	55589	55589	287168	287168

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Коммерческая деятельность»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине ..... **Ошибка! Закладка не определена.**

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы ..... **ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.**

III. Тематический план 7

IV. Содержание дисциплины 9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .. 13

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 25

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 29

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Коммерческая деятельность» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

Изучение дисциплины «Коммерческая деятельность» ориентировано на получение обучающимися знаний о принципах, особенностях, механизме коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг. В рамках данного курса рассматриваются также содержание, функции, структура коммерческой деятельности предприятий сферы торговли, виды и формы коммерческих организаций и другие вопросы. Программа курса охватывает широкий круг теоретических вопросов. Изучение дисциплины позволяет не только освоить теоретические аспекты коммерческой деятельности в рамках рыночной системы хозяйствования в современных условиях, но и раскрыть потенциальные возможности и приемы коммерции в практической деятельности в условиях цифровизации экономики.

Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата.

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06. «Торговое дело» и входит в обязательную часть Блока 1.

Изучение дисциплины базируется на сумме входных знаний и умений, полученных обучающимися при изучении дисциплин «Товароведение», «Маркетинг», «Бухгалтерский учет», «Конкуренция»

Полученные знания по дисциплине «Коммерческая деятельность» могут использоваться при изучении дисциплин «Деловые коммуникации», «Управление продажами», «Электронная коммерция», «Организация, технология и проектирование торговых предприятий», «Торговое дело», «Организация и управление розничными торговыми сетями», «Методы стимулирования продаж в торговле», и др., а также в процессе прохождения производственной и при написании выпускной квалификационной работы.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины:

формирование у обучающихся целостного представления об основах, принципах и методах коммерческой деятельности, приобретение умений применять эти знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность; формирование у обучающихся

необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы, что позволит выработать способность принимать эффективные решения в коммерции.

Задачи дисциплины:

- усвоить теоретические понятия курса, цели, задачи, принципы и закономерности развития коммерческой деятельности;
- сформировать знания, умения и практический опыт осуществления поиска, критического анализа и синтеза коммерческой информации
- понимать природу экономического поведения хозяйствующих субъектов в различных временных горизонтах на основе общих закономерностей и принципов коммерческой деятельности;
- научиться применять в практической деятельности основные принципы организации, управления и функционирования коммерческих организаций, в т.ч. планирования материально-технического обеспечения коммерческих предприятий, организации закупок и продажи товаров на основе договорной работы;
- развить самостоятельность мышления и сформировать творческий подход при анализе и оценке коммерческой деятельности;
- овладеть методами и принципами оценки эффективности использования экономических ресурсов в коммерции;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе приобретения навыков применять полученные знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность.
- сформировать уровень знаний, умений, практического опыта в рамках программы подготовки кадров к Цифровой Экономике, построенных на основе Программы «Цифровая экономика России».

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММОЙ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компе-тенции**	**Индикаторы достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов	**ОПК-3**	**ОПК-3.1** Осуществляет поиск и оценивает коммерческую информацию о приемах и методах торгово-экономических процессов в сфере торговли	знает методологию коммерческой деятельности, основные понятия, цели, пути их достижения, механизм функционирования торгово-экономических процессов в сфере; субъекты и объекты коммерческой деятельности	умеет системно анализировать и обобщать коммерческую информацию с целью оценки торгово-экономических процессов; осуществлять выбор рынков сбыта на основе коммерческой информации.	Имеет практический опыт оценки эффективности коммерческой деятельности предприятий торговли; работы по анализу конъюнктуры и емкости товарных рынков	Контактная работа: Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Эссе Самостоятельная работа
Способен анализировать, содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов		**ОПК- 3.3.** Осуществляет анализ и оценку торгово-экономических процессов и явлений, предлагает и использует рациональные способы решения задач на основе *анализа торговой деятельности*	знает торгово-экономические процессы; рациональные способы оценки коммерческой деятельности предприятий торговли	умеет решать профессиональные задачи на основе экономических знаний в области коммерческой деятельности, в том числе осуществлять планирование материально-технической базы	Имеет практический опыт анализа и оценки системы показателей, характеризующих экономическую эффективность использования основных и оборотных средств	Контактная работа: Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Реферат Доклады с презентацией Самостоятельная работа

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компе-тенции	Индикаторы достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
				коммерческой деятельности; классифицировать и оценивать коммерческие риски и экономические показатели коммерческой деятельности	коммерческой организации.	

3. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа	ТКУ балл/ Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Методологические основы развития коммерческой деятельности в сфере торговли	4	2	-	-						12	Семинар /5
Тема 2. Анализ и оценка экономических показателей коммерческой деятельности	6	-	6	-						12	Защита отчета по практикуму по решению задач/ 10
Тема 3. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.	8	2	4	-						14	Семинар/5 Защита отчета по практикуму по решению задач /10 Эссе /5
Тема 4. Выбор рынков сбыта на основе коммерческой информации. Конъюнктура и емкость товарных рынков.	6	2	4	4						12	Семинар/5 Защита отчета по практикуму по решению задач /10 Защита отчета по ситуационному практикуму /5
Тема 5. Материально-техническая база коммерческой деятельности.	6		6	-						14	Защита отчета по практикуму по решению задач /10 Реферат/10
Тема 6. Организация коммерческой деятельности в торговле. Коммерческий риск и способы его	8	2	4	2						13	Доклады с презентацией /10 Защита отчета по практикуму по решению задач /10

уменьшения.											Защита отчета по ситуационный практикум/5
Всего:	**38**	**8**	**24**	**6**						**77**	**100**
Контроль, час	**27**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**180**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**5**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Методологические основы развития коммерческой деятельности в сфере торговли.

Введение в дисциплину. Предмет и цель и задачи изучения дисциплины, ее структура и взаимосвязь с другими экономическими дисциплинами. Методы исследования (познания) коммерческой деятельности. Основные понятия: предпринимательство, бизнес, коммерция, торговля. Значение коммерческой деятельности в социально-экономическом развитии страны. Задачи и основные функции коммерческой деятельности. Сущность и принципы коммерческой деятельности. Содержание и структура коммерческой деятельности. Концепция коммерческой деятельности. Основные понятия, цели, пути их достижения, экономические законы и механизм функционирования коммерческих организаций в сфере торговли. Системный подход к коммерческой деятельности. Сферы применения коммерческой деятельности. Характер и содержание коммерческих процессов, выполняемых в торговле.

Исторический аспект коммерческой деятельности: становление основ коммерции в России.

Состояние и тенденции развития коммерческой деятельности в современных условиях цифровизации экономики.

Тема 2. Анализ и оценка экономических показателей коммерческой деятельности

Система экономических показателей для оценки коммерческой деятельности. Ключевые показатели эффективности. Розничный товарооборот и его анализ. Состав и структура товарооборота, закономерности его развития.

Понятие среднего чека в торговле. Коэффициент конверсии как информативный параметр

Прибыль коммерческой организации: источники образования, виды, распределение. Показатели рентабельности коммерческой организации.

Издержки обращения в торговле: виды, источники образования.

Сущность, роль и функции цены продукта как экономической категории. Виды цен (закупочные, оптовые, розничные) и их формирование. Структура и элементы цены. Основные принципы и методы формирования ценовой политики в условиях цифровой экономики. Ценовая тактика как важнейший элемент ценовой политики. Влияние ценообразующих факторов на результаты коммерческой деятельности.

Тема 3. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.

Коммерческие организации, потребители, государство: модель взаимодействия. Юридические лица, их объединения, индивидуальные предприниматели – участники рыночного взаимодействия на потребительском рынке. Коммерческие и некоммерческие организации на потребительском рынке, их роль в решении социально-экономических задач общества.

Коммерческие организации как субъект рыночных отношений: сущность, функции, классификация. Организационно-правовые формы юридических лиц, осуществляющих коммерческую деятельность. Классификация коммерческих организаций и их учредительные документы, признаки юридических лиц. Понятие организационной структуры управления. Типы структур, их характеристика, схемы организационных отношений.

Предприниматели как субъекты коммерческой деятельности на потребительском рынке. Сущность коммерческого предпринимательства как экономической категории. Зарождение и развитие научных взглядов на предпринимательство. Трактовка понятия «предпринимательство» представителями различных научных школ. Р. Кантильон, Й. Шумпетер, Р.Хизрич и др. о предпринимательстве.

Роль предпринимательского фактора в развитии товарных рынков и удовлетворении общественных потребностей. Характеристика и критерии субъектов крупного, среднего и малого предпринимательства в торговле.

Защита интересов потребителей товаров и услуг как основных участников рынка. Особенности сегментов потребительского рынка. Факторы покупательского поведения. Характеристика обследования бюджетов домашних хозяйств. Структура потребительских расходов домашних хозяйств и их роль в воспроизводстве материальных благ и услуг.

Потенциал общественных организаций и их роль в решении социальных задач общества. Объединение потребителей России: приоритетные направления движения. Ассоциация предпринимателей. Ассоциация компаний розничной торговли.

Государство как субъект рыночных отношений.

Товары и услуги как объект коммерческой деятельности. Потребительская ценность товара и его свойства. Классификация товаров по целевому назначению: потребительские товары и товары производственного назначения. Потребительские блага, товарные ресурсы и товарные запасы. Экономическое назначение потребительских товаров как средства удовлетворения потребностей. Товарное обеспечение. Товарная политика. Ассортиментная политика торгового предприятия. Стратегические решения в области товарной политики. Инновация, модификация, элиминация товара.

Конкурентоспособность товаров как совокупность качественных, экономических и маркетинговых характеристик. Качественные показатели конкурентоспособности: функциональные, эргономические, эстетические, эксплуатационные и др. Номенклатура продукции, ее показатели: широта, глубина, насыщенность и товарный ассортимент. Товарный выпуск (готовая продукция) и методы его расчета в предприятии. Валовая и реализованная продукция. Измерители объема товарной продукции: натуральные, стоимостные, трудовые. Формирование товарного ассортимента и управление товарными запасами. Понятие промышленного и торгового ассортимента. Методологические основы категорийного менеджмента в торговле. Товарные категории и процесс их продвижения.

Рыночные атрибуты товара (марка, товарный знак, упаковка) и требования, предъявляемые к ним.

Техническое регулирование. Государственные и международные стандарты и системы качества. Процессы глобализации в области стандартов.

Тема 4. Выбор рынков сбыта на основе коммерческой информации. Конъюнктура и емкость товарных рынков.

Рыночный механизм функционирования коммерческой организации. Классификация рынков. Рынок товаров и услуг: цели, задачи, функции и основные элементы, структура. Теоретические взгляды на эффективность рынка и степень вмешательства государства в рыночные процессы (научные взгляды А.Смита, А. Маршалла, Д. Кейнса, П. Самуэлсона и др.). Истоки возникновения рынка в России. Этапы формирования рыночных категорий: обмен, товарное обращение, торговля. Принципы и условия формирования рыночных отношений.

Потребительский рынок в сфере обращения товаров и услуг и его роль в системе общественного воспроизводства. Функции сферы обращения как фазы цикла в воспроизводственном процессе..

Характеристика и специфические особенности функционирования потребительского рынка мегаполиса в современной российской экономике. Потребительский рынок как индикатор создания потребительских ценностей в национальной экономике. Современное состояние и тенденции развития потребительского рынка. Актуальные проблемы, сдерживающие развитие потребительского рынка крупного города. Специфические особенности коммерческой деятельности на потребительском рынке. Факторы, влияющие на развитие коммерческой деятельности в сфере обращения.

Конъюнктура и емкость потребительского рынка. Спрос покупателей и его виды

1

Коммерческая информация и источники ее получения. Роль товарных знаков в коммерческой работе Коммерческая тайна, содержание и обеспечение ее защиты.

Основные принципы анализа рынка сбыта товаров. Основные сегменты товарного рынка (неинформированные потребители («спящая группа»); информированные клиенты, но не мотивированные на покупку товара («ждущая категория»); посетители рынка товаров конкурентов («потенциальная группа»); настоящие покупатели товара («рабочая категория»).

Методы анализа товарных рынков (Рынок посредников, анализ прямого сбыта, анализ дистрибьюции. Этапы анализа рынка сбыта товаров. Сегментирование рынка сбыта товаров. Составляющие анализа рынка сбыта товаров (Базовые особенности каждого рынка, Исследование рыночной емкости, Оценка прямых и косвенных конкурентов, Анализ покупателей товаров).

Тема 5. Материально-техническая база *коммерческой деятельности.*

Сущность основных производственных фондов, их классификация и структура. Нематериальные активы: состав и структура. Понятие деловой репутации коммерческого предприятия. Понятие «бренд» и его значение для хозяйственной деятельности коммерческой организации

Оценка основных фондов предприятия, ее показатели. Амортизационные отчисления и их роль в воспроизводстве основных фондов предприятия. Амортизационный фонд, его формирование и основные направления использования. Система показателей, характеризующих экономическую эффективность использования основных фондов предприятия. Методика их расчетов. Критерии эффективности использования основных средств: взаимосвязь показателей фондоотдачи, производительности труда и фондовооруженности. Показатели интенсивного использования основных фондов. Основные направления повышения экономической эффективности использования основных фондов.

Влияние конкуренции на ускорение обновления основных фондов.

Источники финансирования капитальных вложений. Собственные средства. Кредиты. Бюджетные ассигнования. Эффективность капитальных вложений в предприятии, срок их окупаемости и методы расчета.

Тема 6. Организация коммерческой деятельности в сфере торговли. Коммерческий риск и способы его уменьшения.

Модель функционирования коммерческой организации в рыночной среде. Виды торговли. Роль, основные цели, задачи оптовой торговли в развитии сферы обращения товаров народного потребления. Формы оптовой торговли: транзитная и складская. Оптовый товарооборот: виды,

формы, анализ. Субъекты оптовой торговли и классификация оптовых посредников. Организаторы оптового оборота: оптовые ярмарки, оптовые рынки, товарные биржи, аукционы, торговые выставки.

Содержание коммерческой работы по оптовым закупкам товаров, источники закупок. Организация коммерческой работы по оптовой продаже товаров: формы и методы.

Коммерческая работа в розничной торговле: особенности, функции и задачи. Типизация и форматы торговых предприятий. Субъекты розничной торговли. Классификация основных и дополнительных услуг.

Организация торгово-технологического процесса в розничной торговле. Формирование торгового ассортимента. Товароснабжение и методы доставки товаров в розничные торговые предприятия. Организация закупок и товародвижения. Складское хозяйство.

Сущность коммерческого риска и его классификация. Объективные и субъективные причины коммерческого риска. Виды рисков. Источники возникновения риска. Факторы, влияющие на уровень коммерческого риска: внешние и внутренние. Оценка риска. Основные методы и пути минимизации риска. Диверсификация как метод снижения риска. Страхование риска. Пути снижения внутренних рисков: проверка партнеров по бизнесу и условия заключения сделки, бизнес-планирование, подбор персонала.

Взаимодействие предприятий в процессе осуществления коммерческой деятельности. Психология и этика коммерческой деятельности. Деловые письма в коммерческой работе. Организация и ведение деловых переговоров.

Изучение и поиск деловых партнеров. Сущность и порядок регулирования хозяйственных отношений. Организация хозяйственных связей и выбор поставщика. Договорная работа с поставщиками и посредниками. Договор поставки и договор купли-продажи. Оферта и акцепт. Порядок заключения и исполнения договоров. Изменение и расторжение договора. Ответственность сторон за нарушение условий договоров. Агентский договор. Договор комиссии. Договор финансовой аренды (лизинг). Расчеты с контрагентами. Государственный контракт на поставку товаров для государственных нужд. Принципы работы с контрагентами.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Коммерческая деятельность» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, доклады по изучаемым темам, ситуационные практикумы, практикум по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики,

закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на кото

рых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность на

занятии при обсуждении выступлений и докладов других обучающихся.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Порядок проведения семинара:

1) предоставление перечня вопросов, подлежащих рассмотрению на семинаре, а также перечня информационных источников, рекомендуемых для изучения рассматриваемых вопросов;

2) распределение заданий (темы докладов и сообщений);

3) выступление обучающихся по подготовленным темам;

4) обсуждение темы сообщения (дискуссия);

5) подведение итогов семинара и оценивание работы обучающихся как выступавших, так и принимавших участие в дискуссии.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы,

таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с

материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Для успешной работы над докладом следует выполнить следующее: серьезно отнестись к выбору темы, освоить навыки подбора литературы, методы работы с источниками.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой

курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Требования к оформлению результатов практикумов.

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям необходимо акцентировать внимание студентов на детальное изучение методов решения задач и примеров, рассмотренных на лекционных занятиях и нацелить на самостоятельное решение заданий из учебника, приведенных в конце каждой главы учебника.

Порядок проведения практикума.

1. Преподаватель разъясняет приёмы и методы решения на примере типовых задач по изучаемой теме (2-3 задачи).

2. Преподаватель даёт задачи для самостоятельного решения.

3. Преподаватель контролирует решение задач обучающимися в индивидуальном порядке, подсказывает правильные пути решения.

4. По окончании практикума преподаватель подводит итоги, вскрывает типичные ошибки и отмечает отличившихся обучающихся, успешно решивших все задачи.

В ходе выполнения практикума обучающиеся более глубоко усваивают физические законы посредством применения их к конкретным физическим ситуациям и процессам, учатся моделировать физические явления и анализировать полученные результаты.

Методические рекомендации по проведению ситуационного практикума.

Ситуационный практикум является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме,

обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников.

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;
- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;
- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

Ситуация – временный срез состояния воображаемой или наблюдаемой в действительности системы, отражающей взаимодействие людей, машин; взаимодействие факторов, обеспечивающих её функционирование в социальной, производственной, исследовательской и другой среде. При диагностике и анализе абстрактной или реальной ситуации (производственной, управленческой, педагогической, конфликтной) выделяется состав её компонентов, способы их взаимосвязи, взаимодействия, а также их значение для участников ситуации. Для этого необходимо ввести в анализ всё богатство индивидуального и группового опыта и описывать ситуацию как отражение взаимоотношений множества людей, процессов, действий, которые участники считают значимыми. Смысл и ведущая задача этого приёма – формирование способности к самостоятельному многофакторному анализу явления, процесса, того или иного факта. Важно не столько принятое решение само по себе, как определение параметров, по которым принимается решение в рамках ситуации, анализ соответствия предложенного решения особенностям ситуации. Главное, чтобы студенты уяснили сущность проблемы, проанализировали возможные подходы к её решению, определили различные, в том числе, альтернативные способы ее разрешения в конкретных условиях. Наиболее целесообразным считается создание комплекса ситуационных задач, в который входят целевые, аналитические, конструктивные, методические и комплексные задачи. По дидактическому характеру подачи материала в процессе занятия различают ситуации-иллюстрации, ситуации-оценки и ситуации-упражнения. Ситуация-иллюстрация заключает в себе пример из управленческой практики (как позитивный, так и негативный) с акцентом на способ решения хозяйственной ситуации. В чистом виде такого рода ситуации встречаются крайне редко, поскольку приводимый факт, как правило, не может быть оценен с какой-либо одной точки зрения. Ситуация-оценка – описание ситуации и

возможное решение в готовом виде, от студентов требуется только оценить, насколько оно правомерно и эффективно. Ситуация-упражнение – конкретный эпизод педагогической или управленческой деятельности препарирован так, чтобы его решение требовало каких-либо стандартных действий (например, применения того или иного воздействия, использования нормативных документов, заполнения таблиц, пр.). По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю..

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Реферат

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и

всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Эссе

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист
2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы

собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень

важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Методологические основы развития коммерческой деятельности в сфере торговли	Исторический аспект коммерческой деятельности: становление основ коммерции в России.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Написание конспекта Подготовка к семинару.	Дискуссия на семинарском занятии
Тема 2. Анализ и оценка экономических показателей коммерческой деятельности	Основные принципы и методы формирования ценовой политики в условиях цифровой экономики. Ценовая тактика как важнейший элемент ценовой политики.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Написание конспекта. Подготовка отчета по практикуму.	Отчет по практикуму по решению задач/
Тема 3. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.	Характеристика обследования бюджетов домашних хозяйств. Структура потребительских расходов домашних хозяйств и их роль в воспроизводстве материальных благ и услуг. Потенциал общественных организаций и их роль в решении социальных задач общества. Объединение потребителей России: приоритетные направления движения. Ассоциация предпринимателей.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Написание конспекта. Подготовка отчета по практикуму Подготовка эссе. Составление модели (схемы) взаимодействия субъектов потребительского рынка. Подготовка к семинару	Семинар Отчет по практикуму по решению задач Эссе
Тема 4. Выбор рынков сбыта на основе коммерческой информации. Конъюнктура и	Современное состояние и тенденции развития потребительского рынка. Актуальные проблемы, сдерживающие развитие потребительского рынка крупного города.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Написание конспекта	Семинар Отчет по практикуму по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
емкость товарных рынков.		Подготовка семинару. Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Ситуационный практикум
Тема 5. Материально-техническая база коммерческой деятельности.	Собственные средства. Кредиты. Бюджетные ассигнования. Эффективность капитальных вложений в предприятии, срок их окупаемости и методы расчета.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка реферата Подготовка отчета по практикуму	Отчет по практикум по решению задач Реферат
Тема 6. Организация коммерческой деятельности в торговле. Коммерческий риск и способы его уменьшения.	Роль, основные цели, задачи оптовой торговли в развитии сферы обращения товаров народного потребления. Формы оптовой торговли: транзитная и складская. Оптовый товарооборот: виды, формы, анализ. Субъекты оптовой торговли и классификация оптовых посредников. Организаторы оптового оборота: оптовые ярмарки, оптовые рынки, товарные биржи, аукционы, торговые выставки.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка доклада с презентацией Подготовка отчета по практикуму Подготовка к ситуационному практикуму	Доклады презентацией Отчет по практикум по решению задач Ситуационный практикум

6 . МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность [Электронный ресурс]: учебник/ Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2017.— 500 с.:

http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452590 ISBN 978-5-394-01418-5. – Текст : электронный.

2. Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности: учебник/ О.В. Памбухчиянц. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 284 с. : ил. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573214 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03076-5. – Текст: электронный.

Дополнительная литература:

1. Актуальные вопросы потребительского рынка мегаполиса: теория и практика/ под общей ред. и рук. Г.Н. Чернухиной. Монография. – М.: Из-во РГТЭУ, 2012. – 256с. http://profcomm.org/praktiki-dlyastudentov/article_post/aktualnyye-voprosy-razvitiya-potrebitelskogo-rynka-megapolisa-teoriya-i-praktika (свободный доступ на сайте profcomm.org)

2. Валигурский Д.И. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Валигурский Д.И.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2019.— 300 c. (Учебные издания для бакалавров). –URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495742 Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02836-6. – Текст : электронный.

3. Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, 2018.— 400 c.

4. Иванов, Г.Г. Развитие торговых организаций в современной экономике : монография / Г.Г. Иванов, А.О. Зверева. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495703 (дата обращения: 15.04.2020). – ISBN 978-5-394-03132-8.

5. Левкин, Г.Г. Основы коммерции : конспект лекций / Г.Г. Левкин. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 109 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429521 (дата обращения: 15.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-6144-4. – DOI 10.23681/429521. – Текст : электронный.

6. Развитие российской торговли в современных условиях» Сборник научных трудов кафедры Коммерции и торгового дела / под ред. Г. Н. Чернухиной. — М.: Университет «Синергия», 2015. — 184 с.

7. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика /монография Д.И. Валигурский, М.Н. Авдокушина, В.А. Алексунин и др. ; под науч. ред. Д.И. Валигурского. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 410 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495737 (дата обращения: 15.04.2020). – ISBN 978-5-394-02946-2. – Текст : электронный.

19. Перспективы развития иммерсивных технологий как современных инструментов электронной коммерции// Чернухина Г.Н., Храмова А.В. Проблемы теории и практики управления 2020.№11. С 226-241 https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44233739

Законодательные акты:

1. Конституция Российской Федерации. – М. 1993.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации, ч.1 и 2.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации, ч. 1.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации.

Нормативно-правовые документы:

1. Федеральный закон от 28.12.2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ». http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/
2. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» от 24.07.07. № 209-ФЗ.
3. Федеральный Закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 8.08.01. № 129-ФЗ (в ред. от 27.12.09. № 352).
4. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.95 № 208(с изм. и допол).
5. Федеральный Закон от 08.02.98 № 14 – ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (с изм. и допол).
6. Федеральный закон от 19.07.2009 № 205 ФЗ «О производственных кооперативах» (в ред.);
7. Федеральный закон от 08.08.2001 № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» (с изменениями и допол.).
8. Федеральный Закон от 27.12. 2002 года N 184-ФЗ «О техническом регулировании» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021
9. Федеральный Закон от 26.12. 2008 года № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля»;
10. Федеральный закон от15.02.1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 23.11. 2009 г. N 261-ФЗ).
11. Федеральный Закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (с изм и допол.).
12. Федеральный закон от 30.12.2008 года № 308-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и

муниципальных нужд» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

13.Постановление Правительства Российской Федерации от 1.12.2009 г. № 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии».

14.Общероссийский классификатор видов экономической деятельности ОК 029 – 2007 (КДЕС ред.1.1.Утв. Приказом Ростехрегулирования от 22.11.2007 № 329-ст.).

17. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51303 – 2013. Торговля. Термины и определения

18. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли».

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Актуальные вопросы потребительского рынка мегаполиса: теория и практика/ под общей ред. и рук. Г.Н. Чернухиной Монография. – М.: РГТЭУ	http://profcomm.org/praktiki-dlya-studentov/article_post/aktualnyye-voprosy-razvitiya-potrebitelskogo-rynka-megapolisa-teoriya-i-praktika
1.	Информационно – справочная система «Консультант Плюс»	http://www.consultant.ru/popular/zakupki/
2.	Федеральная служба государственной статистики.	http://www.gks/ru
3.	Справочно-правовая система « Гарант»	http://www.garant.ru
4.	Мониторинг экономических показателей	http://www.budgetrf.ru
5.	Российская национальная библиотека	http://www.nlr.ru
6.	Электронная библиотека – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
7.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
8.	РосБизнес Консалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)	http://www.rbc.ru
9.	Деловая пресса	http://www.businesspress.ru
10.	Новости и технологии торгового бизнеса.	http://www.torgrus.ru
11.	Российская торговля	http://www.rtpress.ru
12.	Официальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ	http://minpromtorg.gov.ru/
13	Официальный сайт Департамента торговли и услуг города Москвы	http:// www.dtu.mos.ru
14.	Портал для поставщиков и продавцов	http://www.retail.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro - АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2 - АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13- АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора

№61020926 от 26 сентября 2016 г.;

- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16 - АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 25-49 Node 1 year Educational License – АКТ предоставления прав №Tr008692 от 02.02.2018;

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/ Договор №131-05/17 от 15.05.2017г. (срок действия 01.06.2017-31.08.2018)

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» http://www.ict.edu.ru.

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1	Ситуационный практикум	5 баллов – участники мини- группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 4 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 3 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано

		представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии принимали не слишком активное 2-1 балла - участники мини- группы, не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии не принимали участие
2	Эссе	«5-4» – грамотное использование терминологии по теме, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; «3-2» – грамотное использование терминологии по теме, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы не достаточно обоснованы; «1» – грамотное использование терминологии по теме, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения
3	Доклад с презентацией	«10-9» – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование коммерческой терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «8-7» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование терминологии дисциплины и изложение проблематики, докладчик частично правильно ответил на вопросы; «6-5» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, докладчик был «привязан» к тексту и испытывал затруднения при ответах на задаваемые вопросы; «4-3» – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование и, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик был «привязан» к тексту, частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «2-1» – некорректное

		оформление либо отсутствие презентации, докладчик не смог ответить на задаваемые вопросы.
4	Практикум по решению задач	Распределение баллов в зависимости от решения количества и сложности задач – от 1 до 10 баллов. Отчет по практикуму 10-9 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 8-5 – практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 4-1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки, не все задания решены. 0 - практикум не выполнен.
5	Семинар (дискуссия)	«5-4» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; «3-2» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 3-2 выступлений, ответы построены в основном логично и обосновано, но точка зрения не достаточно аргументирована «2-1» – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.
6	Реферат	10-8 – грамотное использование профессиональной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 7-5 – грамотное использование профессиональной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 4-3 – грамотное использование профессиональной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. 2-1 использование профессиональной терминологии, неспособность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, отсутствие аргументации собственной точки зрения.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к теме 1. Методологические основы развития коммерческой деятельности

Вопросы к семинару

Проанализируйте сложности становления российского коммерческого предпринимательства. Представьте, что Вы купец периода раннего средневековья, с какими проблемами в развитии коммерческого дела Вы столкнетесь? Проанализируйте факторы внешней среды, оказывающие существенное влияние на деятельность коммерсантов разных периодов в истории России.

Вопросы к дискуссии:

1. На каком историческом этапе торговля выделилась в самостоятельный вид деятельности?
2. Когда появились первые купцы?
3. Можно ли согласиться с утверждением, что торговля – вид деловых отношений, который играл первостепенную роль период раннего средневековья?
4. В чем суть первых торговых договоров?
5. Какова роль купечества в экономической, политической, культурной жизни Древней Руси?
6. Предпринимательство в период реформ Петра I.
7. Каково влияние предпринимательства и его место в экономической политике Екатерины II?
8. С чем связано влияние великих реформ второй половины XIX веке на характер и темпы развития предпринимательства?
9. Какова роль иностранного капитала в экономическом развитии России?
10. Актуальные направления коммерческой деятельности в сфере обращения товаров и услуг. Каковы сферы применения коммерции?
11. Назовите методы исследования (познания) коммерческой деятельности.
12. Можно ли утверждать, что базисом коммерческой деятельности является капитал и материально-техническая база? Почему торгово-коммерческие сделки не являются базисом коммерческой деятельности?
13. В чем состоят основные отличия понятий «предпринимательство», «бизнес», «коммерция», «торговля».
14. Назовите задачи и основные функции коммерческой деятельности.
15. Охарактеризуйте структуру коммерческой деятельности.

16. Состояние и тенденции развития коммерческой деятельности в разных сферах в современных условиях глобализации и цифровизации экономики

Типовые задания по теме № 2 Анализ и оценка экономических показателей коммерческой деятельности

Практикум по решению задач

Задание 1. При анализе экономической деятельности торговое предприятие рассчитывает плановые и фактические показатели товарооборота. Товарооборот по плану составляет 1200 тыс. руб., фактический товарооборот – 1250 тыс.руб. Рассчитайте выполнение планового задания.

Задание 2. Товарооборот розничной торговли в 2013 году в России составил 23, 6 трл руб , в том числе товарооборот розничной торговли по реализации продовольственных товаров - 11,1 трл.руб., а товарооборот по непродовольственным товарам – 12,5трл.руб.

Рассчитайте относительный показатель, характеризующий удельный вес или долю товарооборота по группе продовольственных и непродовольственных товаров в целом по розничной торговле.

Задание 3. Розничный товарооборот по сети составил в предшествующем году – 245млн.руб., а в отчетном – 298 млн.руб., За анализируемый период цены возросли в среднем в 1,2 раза. Определите сумму товарооборота за отчетный период в сопоставимых (неизменных) ценах предшествующего периода.

Задание 4. Фактический объем товарооборота составил 76590 тыс.руб. Расходы торгового предприятия, не зависящие от изменения уровня цен составили 7105, 28тыс.руб. В отчетном периоде цены выросли на 8,2%, т.е. индекс цен составил 1,082. Определите объем товарооборота в сопоставимых ценах.

Задание 5. В отчетном году по городу розничный товарооборот увеличился на 9%. Прирост товарооборота за счет роста объема продаж составил 3%. Проведите анализ товарооборота и определите, на сколько процентов увеличился розничный товарооборот за счет роста цен.

Задание 6. На продукцию предприятия «Янтарь» определена эластичность спроса по ценам, равная 1,6. Определите, какими могут быть последствия от снижения цены на продукцию предприятия на 2000 руб., если до этого снижения объем продаж составлял 15 тыс. шт. по цене 20 тыс. руб. / шт., а общие затраты – 150 млн. руб. (в том числе постоянные – 30 млн.руб.) на весь объем производства

Типовые задания по теме № 3 «Субъекты и объекты коммерческой деятельности»

Вопросы к семинару

1.Субъекты коммерческой деятельности

Проанализируйте сущность и особенности функционирования коммерческих организаций в РФ, сравните основные цели и функции работы коммерческих организаций разных видов и сфер деятельности.

На определенном этапе профессиональной жизни Вы пришли к решению об открытии собственного бизнеса. Вы - компетентный, грамотный, инициативный человек, имеющий предпринимательские способности.

1) Какие побудительные мотивы подтолкнули Вас к серьезному шагу и к переменам в трудовой жизни?

2) С чего Вы начнете реализацию бизнес-идеи после принятия решения о создание собственного дела?

3) Каковы будут характер будущей организации, ее цель, масштабы, структура?

4) Есть ли на Ваш взгляд необходимость в составлении бизнес-плана. Прокомментируйте его разделы.

5) В какой организационно-правовой форме Вы зарегистрируете свой бизнес? Перед тем, как выбрать организационно-правовую форму Вашего бизнеса, заполните таблицу. Составьте схему, отражающую совокупность видов коммерческих организаций в РФ по организационно-правовым формам хозяйствования юридических лиц, предварительно ознакомившись с отдельными статьями Гражданского Кодекса и соответствующих законов.

6) Составьте анализ и дайте оценку организационно-правовым формам хозяйствования юридических лиц в России (на основе данных Росстата предпринимательства

Охарактеризуйте преимущества, которыми обладают общества с ограниченной ответственность. Охарактеризуйте преимущества и недостатки индивидуального

7) Опишите основные функции и задачи субъектов коммерческой деятельности? В чем состоит сущность и принципы коммерческой деятельности?

2. *Объекты коммерческой деятельности*

Изучите динамику доли импорта/экспорта в товарном предложении розничной торговли России, используйте для выполнения задания данные Российского статистического ежегодника. Дайте оценку состояния и перспективам развития экономической независимости и безопасности национальной торговли. Охарактеризуйте эластичность спроса по отдельным видам потребительских товаров и целесообразность изменения цен на современном этапе экономического цикла.

Вопросы к дискуссии:

1. Можно ли согласиться со следующим утверждением. Ж.Б. Сэй в 1840 г. в «Курсе политической экономии» писал: «раньше полагали, что сущность торговли заключается в обмене, в действительности же она

заключается в том, чтобы сделать продукт доступным потребителю. Обоснуйте ответ.

2. По признаку удовлетворения спрос на товары классифицируют как реализованный и неудовлетворенный, в т.ч. явный и скрытый. Какой из видов спроса представляет наибольший интерес для коммерческого предприятия?
3. В чем состоит различие между понятиями «товарное предложение» и «товарные ресурсы»?
4. Какие показатели характеризуют эффективность использования товарных ресурсов?
5. В чем заключаются причины образования товарных ресурсов?
6. Что характеризует показатель величины товарных запасов в днях товарооборота?
7. Каким образом можно определить время товарного обращения?
8. Какие способы управления товарными запасами вы можете назвать?
9. Почему продавцы и покупатели заинтересованы в сокращении времени товарного обращения?
10. Какие факторы влияют на величину товарных запасов?
11. Проблемы импорта товаров народного потребления и пути решения в сфере потребительского рынка
12. Нужны ли протекционистские меры экономике страны? Эффективны ли меры государственного регулирования торговли?
13. Коммерческие интересы производителя и торговца. Нужно ли защищать потребителя от произвола торговли, а торговлю от потребителя

Практикум по решению задач.

Задача № 1. Из зарегистрированных 30 тысяч обыкновенных акций 29 тысяч продано акционерам. В последующем общество выкупило у владельцев 1500 акций. По итогам года собрание акционеров приняло решение распределить 60,5 тысяч рублей чистой прибыли в качестве дивидендов. Определить сумму дивиденда на 1 акцию.

Задача № 2. Уставный капитал составляет 300тыс. рублей. Продано 3тыс. акций, в т.ч. 2700 акций обыкновенных и 300 привилегированных. Общая сумма ЧП, подлежащая распределению в виде дивидендов – 63 тыс.руб. По привилегированным акциям фиксированная ставка утверждена в размере 30%. Рассчитать сумму дивиденда на привилегированные и обыкновенные акции.

Задача № 3. Какова рыночная цена акций акционерного общества «Факел»? Номинальная стоимость обыкновенных акций акционерного общества «Факел» 1000 рублей. Текущая банковская среднегодовая процентная ставка составляет 35%. АО «Факел» стабильно направляет часть чистой прибыли из расчета на одну обыкновенную акцию 70% годовых на выплату дивидендов. В текущем году объявлено о сохранении размера дивиденда

Задача № 4. Инвестор планирует купить акцию торговой компании в январе 2019года. Прогнозируемый дивиденд в декабре этого же года составит 500 руб., рыночная цена акции прогнозируется в размере 12 500 руб. Процент капитализации составит 20% . Определить текущую стоимость акции (ТСА), по которой инвестор может купить акцию в начале года.

Задача №5 . Используя данные таблицы, определить показатели использования оборотных средств в базисном и отчетном годах и экономию от ускорения их оборачиваемости.

Таблица .

Исходные данные (тыс. руб.)

Показатель	Базисный год	Отчетный год
Выручка от реализации	1500	1800
Среднегодовые остатки оборотных средств	120	130

Задача № 6. Предприятие реализовало продукцию в отчетном квартале на 100000 руб. при средних остатках оборотных средств 25000руб. Определите ускорение оборачиваемости средств в днях в плановом квартале, если объем реализованной продукции возрастет на 10 %.

Задача № 7. В отчетном периоде на предприятии оборотные средства составили 50 000 руб., объем реализованной продукции – 1000 000 руб. В будущем периоде ожидается увеличение планируемого объема продукции до 11 00000 руб. При этом предполагается сократить оборачиваемость оборотных средств на 2 дня. Определите экономию оборотных средств.

***Темы эссе*:**

1. Проанализируйте коммерческую деятельность субъектов потребительского рынка (на макро – или микроуровне) с помощью системного метода.
2. Раскройте систему основных понятий, с помощью которых, по Вашему мнению, наиболее адекватно и полно отражаются изучаемые коммерческие процессы и явления, связанные с деятельностью субъектов рынка.
3. Составьте модель, сферы обращения и сферы потребления, сгруппируйте участников процесса воспроизводства потребительских товаров по сферам.
4. Составьте модель (схему) взаимодействия субъектов потребительского рынка. Опишите структуру коммерческой деятельности при взаимодействии коммерческой организации с внешней средой. Как вы оцениваете влияние на организацию коммерческой деятельности экономических, политических, демографических факторов внешней среды?

5. Проанализируйте действующее законодательство в сфере обращения и практику применения нормативно-правового регулирования коммерческой деятельности.

Примерные задания к теме 4. Выбор рынков сбыта на основе коммерческой информации. Конъюнктура и емкость товарных рынков.

Вопросы к семинару

Задание 1.

Изучите особенности развития потребительского рынка (на федеральном, региональном или муниципальном уровне) и проанализируйте основные принципы, функции и итоги развития потребительского рынка (например, города Москвы).

Охарактеризуйте механизм воздействия торговли в системе потребительского рынка на потребление товаров и услуг. Исследуйте отрасль торговли в экономике избыточного предложения и определите ее роль в системе общественного воспроизводства.

Проанализируйте товарный рынок (на выбор). Охарактеризуйте его конъюнктуру и емкость

Вопросы для дискуссии на семинарском занятии:

1. Каково место потребительского рынка в национальном хозяйстве страны?

2. Назовите составные элементы потребительского рынка. Как они влияют на хозяйственную деятельность торговых организаций?

3.Каковы особенности товарных рынков и какое влияние они оказывают на функционирование торговых организаций?

4. Как взаимосвязаны между собой рыночные элементы «спрос», «предложение», «цена»?

5. В чем состоят особенности формирования спроса и предложения на потребительском рынке России?

6. Каковы итоги развития потребительского рынка за отчетный период? Проследите динамику социально-экономических показателей развития потребительского рынка за последние 3 года.

7. Каково влияние конъюнктуры потребительского рынка на результаты деятельности торговых организаций?

8. Выделите факторы, которые определяют тип конкурентного рынка в торговле.

9. Чем можно объяснить устойчивую тенденцию к возрастанию роли торгового предпринимательства в России?

10. Приведите примеры межрегиональных связей в сфере потребительского рынка.

11. Нужны ли коммерсанту знания об информационных системах? Какова роль коммерческой информации для организации коммерческой деятельности?

Ситуационный практикум

Задание. Обучающиеся делятся на мини-группы по 4-5 человек, каждая из которых представляет участников коммерческой деятельности в сфере потребительского рынка.

1 группа представляет производственное предприятие ООО «Керамика», которое производит керамическую продукцию, в том числе керамическую плитку, что составляет более 85% всего объема выпускаемой продукции. Фабрика расположена на небольшом расстоянии к югу от Садового кольца Москвы.

2 группа представляет ООО «Горизонт», которое является поставщиком сырья для производства керамической плитки для ООО «Керамика». Расположена в Брянске (350 км от Москвы)

3.группа представляет компанию «Рускерамика», которая является основным дистрибьютором керамической продукции, производимой ООО «Керамика» (70% реализации от всего объема выпуска).

4 группа представляет сеть магазинов розничной торговли «Стройматериалы» Москвы, которая осуществляют реализацию отечественных строительных материалов (в том числе керамической плитки) по всей территории Москвы. Основными поставщиками стройматериалов в магазины являются либо оптовики данной отрасли (в их числе компания «Рускерамика»), либо непосредственно производственные структуры со своих складов готовой продукции (ООО «Керамика»).

5 группа представляет транспортную компанию «Альтернатива», которая предоставляет транспорт для перевозки грузов. Основная специализация – перевозка грузов средней тяжести (до 1,5 т) .

Розничный потребитель керамической облицовочной плитки осуществляет единовременную покупку облицовочной плитки для личных нужд.

После ознакомления со сценарием кейса ответьте на вопросы:

1. Какими вы видите границы коммерческой системы ООО «Керамика». Опишите внешних участников для данной системы. Представьте схему взаимодействия сфер производства, обращения и потребления.
2. Какие коммерческие цели ООО «Керамика» в условиях, сложившихся на рынке строительных материалов, по вашему мнению, являются первостепенными?
3. На ваш взгляд, имеются ли недостатки и каковы достоинства областей снабжения и сбыта коммерческой деятельности ООО «Керамика»?
4. Представьте, что вы являетесь коммерческим директором ООО «Керамика». Производственному предприятию необходимо внедрение срочных мер по реструктуризации процесса снабжения и сбыта. Определите возможные пути решения этого вопроса в обозначенных выше условиях.

Предположительные варианты могут заключаться в следующих решениях:

- расширение дистрибьюторской сети;
- реорганизация отдела сбыта с целью создания двух направлений сбытовой деятельности – оптовой и розничной;
- организация внешнего распределительного склада и т. п.

5. Так как предприятие не имеет необходимого количества собственных средств на внедрение предложенных вами мер, разработайте мероприятия по привлечению финансовых ресурсов и назовите несколько возможных источников финансирования.

6. Определите основополагающие элементы бизнес плана по реструктуризации коммерческой деятельности предприятия.

7. Установите последовательность цепочки товародвижения при построении канала распределения товаров (производитель розничное предприятие крупный оптовик конечный потребитель (домашнее хозяйство) мелкооптовое предприятие и др.)

Практикум по решению задач

Задание 1. Рассчитайте емкость регионального рынка за анализируемый период на основе данных таблицы 1.

Таблица 1.

Источники	**Объем , млн.руб.**
заработная плата населения региона	500
предполагаемый спрос приезжим населением	80
пенсии, субсидии, пособия	200
налоги и сборы	180
нетоварные расходы населения	100
продажа предприятиям через розничную сеть мелких партий товаров	150

Задание 2. Определите реализованный спрос и степень удовлетворения спроса на товарную группу, если известно, что среднедневной объем продаж составляет 5200, продолжительность периода – 10 дней. Реальный спрос – 65000.

Задание 3. Какое Вы выберите канал товародвижения, пользуясь критерием эффективности (затратоотдачи)?

1. канал нулевого уровня: расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией собственной розничной торговой сети = 168 тыс. руб.; издержки обращения (оптово-сбытовые и розничные) = 100 тыс. руб.; прибыль от реализации товаров = 500 тыс. руб.;
2. одноуровневый канал (прямые связи с розничной торговлей): издержки обращения (оптово-сбытовые, транспортные) = 60 тыс. руб.; прибыль = 318 тыс. руб.;
3. двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику): издержки обращения (сбытовые) = 58 тыс. руб.; прибыль = 120 тыс. руб.

Задание 4. На товарный рынок продукцию «А» поставляют 10 оптовых предприятий, имеющих следующие годовые поставки: 6600; 5400; 4500; 3600; 3000; 2100; 1800; 1500; 900; 600 тонн. С помощью известных вам показателей проанализируйте уровень монополизации рынка.

Задание 5. Представьте, что за день Вашу торговую точку посетили 152 человека, 18 из них совершили покупку. Рассчитайте коэффициент конверсии магазина за день. Что обозначает этот показатель и на сколько он важен для торговли. В каких случаях он достигает высокого значения, а в каких остается низким?

Типовые задания по теме № 5. Материально-техническая база коммерческой деятельности.

Практикум по решению задач.

Задача № 1. Определите экономическую эффективность концентрации на основе данных таблицы.

Таблица . Исходные данные.

Показатели	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
Годовой объем продукции (ед.)	500	1500	2000
Отпускная цена за единицу продукции (тыс.руб.)	7,2	7,1	7
Среднегодовая стоимость ОПФ (млн. руб.)	4,2	11,4	14,1
Среднесписочная численность ППС (чел.)	31	87	105
Себестоимость единицы продукции (тыс.руб)	4,5	4,3	4,2

Задача № 2. Рассчитать линейным методом норму и сумму амортизации по следующим данным: первоначальная стоимость торгово-технологического оборудования составляет 15 млн. руб., средний срок его полезного использования – 12 лет.

Задача № 3. На предприятии на начало года ОПФ составляли 8825 тыс. руб. В течение года осуществлялся ввод и вывод ОПФ соответственно: 1.03. 2020г.– 75 тыс. и 3 тыс. руб., 1.05. 2020г. – 60 тыс. и 4 тыс. руб., 1.09. 2020г. – 52 тыс. и 7 тыс. руб., 1.12. 2020г. – 42 тыс. и 15 тыс. руб. Объем товарной продукции за 2020 год составил 4384 тыс. руб. Определите фондоотдачу и фондоемкость.

Задача № 4. Рассчитайте показатели оценки эффективности использования основных фондов универсама «Звезда России», используя таблицу. Написать краткий анализ полученных результатов. Расчеты оформить в таблицу. Прокомментировать полученный результат.

Таблица

Исходная информация.

Показатели	2019 г.	2020г.
Розничный товарооборот, тыс. руб.	24191,0	25000,0
Прибыль, тыс. руб.	1010,0	1500,0
Площадь торгового зала, кв. м	1200,0	1200,0

Численность работников, чел.	125	125
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс.руб	5400,0	5450,0
В том числе, активная часть, тыс. руб.	560,0	610,0

Задание 5. Составьте соответствие между терминами материально-технической базы и их определениями

1.складское помещение	а) участок склада, в котором осуществляют приемку поступившего товара, приемочный контроль, принятие товара на учет (приход) и подготовку к размещению на складе.
2.фасовочное помещение и/или участки	б) унифицированное сооружение, устройство, позволяющие реализовывать различные складские функции и включающие в себя необходимую инженерную инфраструктуру (водопровод, канализацию, электропроводку, отопительные узлы, холодильное и другое оборудование), соединенную
3.складской модуль	в) помещение, участки (зоны, острова) в соответствующих отделах, в которых осуществляют предпродажную фасовку и упаковку товаров в потребительскую упаковку с одновременным установлением массы или объема товара.
4. зона приемки склада	г) специально оборудованная часть помещения торгового предприятия, предназначенная для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.

Темы рефератов

1. Основные производственные фонды в торговле, виды и структура.

2. Нематериальные активы: состав и структура. Понятие деловой репутации и бренда коммерческого предприятия.

3. Основные направления повышения экономической эффективности использования основных фондов.

4. Амортизационные отчисления и их роль в воспроизводстве основных фондов предприятия.

5. Система показателей, характеризующих экономическую эффективность использования основных фондов предприятия.

6. Критерии эффективности использования основных средств: взаимосвязь показателей фондоотдачи, производительности труда и фондовооруженности

7. Товарные ресурсы и товарные запасы в торговле

8. Роль торгово-технологического оборудования в коммерческой деятельности

9. Значение капитализации коммерческой организации для эффективности деятельности

10. Инновационные технологии внедрения торгового оборудования коммерческий процесс

Типовые задания по теме 6. «Организация коммерческой деятельности в торговле. Коммерческий риск и способы его уменьшения

Темы докладов с презентацией

1. Коммерческие риски в современной торговле и пути их снижения
2. Особенности коммерческой деятельности в сфере оптовой торговли
4. Особенности коммерческой деятельности в сфере розничной торговли
5. Организация коммерческих сделок в сфере торговле
6. Электронная коммерция как прогрессивная форма развития торговли
7. Формирование экономических ресурсов и их влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия
8. Анализ и тенденции развития коммерческой деятельности в сетевой розничной торговли (на примере розничной торговой сети)
9. Методы стимулирования продаж в розничной торговле как инструмент коммерческой деятельности
10. Договоры в коммерческой деятельности
11. Организация закупочной работы коммерческой организации
12. Организация выставочно-ярмарочной деятельности
13. Собственная торговая марка как инструмент коммерческой деятельности
14. Коммерческая деятельность по управлению товарными ресурсами
15. Организация хозяйственных связей в торговле

Ситуационный практикум

Задание 1. Сформулируйте выбор предполагаемого торгового предприятия, которое вы хотели бы создать: опишите нишу и сегмент товарного рынка, которую вы хотели бы занять, выберите группу торгового предприятия (оптовое /розничное), опишите предполагаемые спрос и предложение, возможные коммерческие риски, связанные с созданием оптового торгового предприятия**,** размещение оптового предприятия, рассчитайте технико- экономические показатели, охарактеризуйте виды торгово-технологического оборудования. Каким образом будет осуществляться хранение товаров? Обоснуйте целесообразность наличия складских площадей. Перечислите организаторов товарооборота.

Представьте, что Вы возглавляете коммерческий отдел по закупкам розничной торговой сети, состоящей из нескольких магазинов различной торговой площади, работающих в формах супермаркета и дискаунтера, специализирующихся в области продовольственной торговли. Компания имеет заключенные договора с поставщиками, поставки осуществляются через распределительный склад и намерена заключить договоры напрямую с поставщиками.

Вопросы к обсуждению задания:

1. Оцените ситуацию с товарными запасами и заказами в сети.

2. Дайте краткое описание закупочного процесса.

3. Предложите расчет заказа для дискаунтеров и супермаркетов торговой сети.

4. Предложите методы обеспечения оптимального товарного ассортимента.

5. Определите факторы оптимального товарного ассортимента в торговом зале.

6. Опишите процедуру планирования закупок товаров.

7. Мотивируйте принципы рациональной организации закупок.

8. По каким критериям вы будете выбирать поставщиков?

9. Опишите особенности договора поставки по прямым связям с поставщиками. Что признается существенным при нарушении договора поставки со стороны поставщика и со стороны покупателя?

10. Какая информация содержится в спецификации и кто ее будет подписывать в вашем примере?

11. Каким образом будет осуществляться приемка товара?

12. Какие методы продажи товаров вы будете применять?

13. Обоснуйте примерный ассортиментный перечень с разбивкой по группам

14. Какие виды торгово-технологического оборудования наиболее целесообразно применять для розничного предприятия?

15. Какие подходы вы используете при экономическом обосновании величины издержек обращения на планируемый период?

16. Планируете ли вы экономическую прибыль? В чем ее отличие от бухгалтерской прибыли?

17. Каков размер налога на прибыль от коммерческой деятельности вы будете отчислять?

18. Каково назначение разных показателей рентабельности?

19. Укажите меры повышения рентабельности в вашем торговом предприятии.

20. Как вы будете оптимизировать расходы ?

Задание 2. Представьте, что Вы руководитель Коммерческого отдела крупной торговой сети, перед Вами важное решение принятия коммерческого риска на себя. В случае принятия положительного решения, эффективность продаж существенно повысится. Проанализируйте факторы внутренней и внешней среды компании, составьте матрицу слабых и сильных сторон, оцените риски. Охарактеризуйте ситуацию риска и сделайте выводы.

Вопросы для дискуссии:

1. Раскройте понятие риска в коммерческой деятельности. Какие виды рисков оказывают существенное влияние на коммерческую деятельность, каковы подходы к определению риска?

2. Какие принципы лежат в основе классификации риска?

3. Перечислите и охарактеризуйте основные хозяйственные риски в условиях современной глобальной конкуренции

4. В силу каких причин возникают коммерческие риски? Прокомментируйте ответ.

5. С Вашей точки зрения можно ли отнести неполноту знаний и информации о бизнес-процессах к причинам, вызывающим неопределенность ситуации?

6. Как природно-климатические условия могут повлиять на возникновение риска?

7. В современной России достаточно сложная политическая атмосфера. Можно ли рассматривать ее как фактор возникновения коммерческого риска?

8. В чем проявляется влияние эмбарго на коммерческие процессы? Как повлияло введение эмбарго на состояние российского потребительского рынка? Какова стратегия поведения коммерческих организаций в условиях угрозы возникновения коммерческих рисков?

9. Охарактеризуйте труднорегулируемые и неуправляемые факторы, влияющие на коммерческий риск.

10. Как избежать коммерческий риск? Надо ли прилагать усилия в целях предотвращения риска?

Задание 3. В сетевом магазине формата дискаунтер произошла ошибка в заказе. Обнаружился избыток (перезатарка) кофе известной торговой марки Neskafe Gold 90 гр. (стеклобанка). С Распределительного Центра компании поступило 40 коробок с товаром (вместо четырех необходимых), при средней проходимости 1 коробка в день.

Возврат товара на базу влечет за собой наложение на директора магазина штрафа за неправильно выполненный заказ. Задачу с перезатаркой необходимо решить, не возвращая товар, стимулировав его продажу.

Группам слушателей предлагается разработать и обосновать варианты продвижения товара, принимая во внимание практику работы сетевого магазина данного формата.

Задание 4. Укажите вид делового письма:

«Дата, адрес получателя, должность, Ф.И.О. получателя.

Основываясь на переговорах с вашим представителем в апреле 2021 г., просим выслать нам коммерческое предложение на люстры из прессованного хрусталя и другие бытовые светильники (бра, торшеры, подвески, настенные лампы) с указанием максимального количества поставки по всем предлагаемым типам».

Задание 5. Укажите вид деловой переписки:

«Дата, адрес получателя, должность, ФИО получателя.

Мы можем предложить Вам телевизоры фирмы ‘‘Самсунг’’ с экраном по диагонали 60 см (указываются количество, качество, упаковка, условия поставки, цена, срок поставки, условия платежа).

Практикум по решению задач

Задача № 1. Предприятие для усиления конкурентоспособности товара усовершенствовало его конструкцию. Себестоимость, отпускная цена в базовом периоде и по бизнес-плану составили: 100 руб., 150 руб. и 130 руб., 190 руб. Определить экономию или перерасход получит предприятие от запуска в производство нового товара, если годовая программа составляет 5 000 шт.

Задача № 2. Договор аренды истекает и компания, производящая авторучки ищет новое помещение в двух районах. В первом районе месячные постоянные расходы составят 45 тыс. руб., переменные 60 руб. за 1 ручку, во втором районе постоянные расходы – 27 тыс. руб., а переменные расходы – 90 руб. Ежемесячный объем продаж прогнозируется 2 000 ручек, продажная цена одной ручки 180 руб. определить какой из двух вариантов даст большую прибыль?

Задача №4. Определите размер посреднической надбавки в процентах к оптовой цене, если известно, что продукция реализуется в розничный магазин через оптового посредника по цене 18,7 руб. за единицу в количестве 120 шт. Издержки обращения оптового посредника составляют 328,8 руб. Рентабельность – 30% к издержкам обращения. Ставка НДС – 18%.

Задача №5. Определите размер валовой, товарной и реализованной продукции на основе данных: в отчетном периоде предприятие выпустило 500 единиц изделий А по цене 2,5 тыс.руб. и 800 единиц изделий Б по цене 3,2 тыс.руб. Стоимость услуг непромышленного характера, оказанных сторонним организациям, – 50 тыс.руб. Остаток незавершенного производства на начало года – 65 тыс.руб., на конец года – 45 тыс.руб. Остатки готовой продукции на складах на начало периода – 75 тыс.руб., на конец периода – 125 тыс.руб.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Коммерческая деятельность» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине «Коммерческая деятельность» проводится в форме экзамена.

Задания 1-го типа

1. Основные функции и структура коммерческой деятельности.
2. Коммерческие процессы и операции в торговле
3. Основные этапы, принципы и закономерности развития коммерческой деятельности в России
4. Механизм функционирования коммерческих организаций в сфере потребительского рынка. Какие экономические ресурсы используются в коммерческом предприятии на разных жизненных циклах ?
5. Охарактеризуйте категории «товарное предложение», «товарные ресурсы», «товарные запасы».
6. Охарактеризуйте факторы внешней и внутренней среды, влияющие на результат коммерческой деятельности?
7. Объекты коммерческой деятельности
8. Виды рисков и источники их возникновения в коммерческой деятельности. Основные методы и пути минимизации риска. Диверсификация как метод снижения риска.
9. Перечислите и охарактеризуйте субъектов потребительского рынка.
10. Спрос покупателей и его виды.
11. Виды и содержание договоров, применяемых в коммерческой деятельности
12. Государство, потребители, предприятия: модель взаимодействия.
13 Коммерческие и некоммерческие организации на потребительском рынке: сущность, функции, классификация.

14 Организационно-правовые формы юридических лиц, осуществляющих коммерческую деятельность.
15 Сущность, роль и функции цены продукта как экономической категории. Виды цен и их формирование. Структура и элементы цены
16 Система показателей, характеризующих экономическую эффективность использования основных фондов предприятия.
17 Сущность материально технической базы коммерческой деятельности
18 Основные средства, их классификация и структура.
19 Особенности коммерческой работы в розничном торговом предприятии, его функции и задачи.
20 Классификация товаров по целевому назначению: потребительские товары и товары производственного назначения.
21 Коммерческая информация и источники ее получения. Коммерческая тайна, содержание и обеспечение ее защиты.
22 Показатели фондоотдачи и фондоемкости
23 Организация хозяйственных связей и выбор поставщика. Договорная работа с поставщиками и посредниками
24 Оборотные средства в коммерческой деятельности
25 Конъюнктура и емкость потребительского рынка

Задания 2-го типа

1. Охарактеризуйте условия возникновения рынка и деловых отношений в России. Составьте оценку текущего развития коммерции на современном этапе
2. Обоснуйте ответ. Субъекты и объекты коммерческой деятельности относятся к первоочередным факторам, которые влияют на коммерческую деятельность? Охарактеризуйте модель взаимоотношений субъектов рынка
3. Проанализируйте основные отличия хозяйственного товарищества от хозяйственного общества. Представьте сравнительную характеристику
4. Проанализируйте, в чем заключаются различия между правом хозяйственного ведения и хозяйственного управления.
5. Проанализируйте результаты влияния экономико-правовых факторов внешней среды на внутреннюю среду коммерческой организации и ее деятельность. Какие факторы вызывают неопределенность условий коммерческой деятельности?
6. Раскройте причины возникновения коммерческого риска. Какие методы оптимизации Вы можете предложить? Факторы, влияющие на уровень коммерческого риска: внешние и внутренние.

7. Дайте общую характеристику ресурсов коммерческого предприятия. Охарактеризуйте ситуации, при которых возникает коммерческий риск

8. Охарактеризуйте методы управления ассортиментом в торговле. Какие факторы, влияют на товарооборачиваемость. Почему при формировании ассортимента необходимо учитывать стадии жизненного цикла товаров?

9. Дайте общую характеристику организации хозяйственных связей в торговле. Приведите примеры деловых писем в коммерческой деятельности.

10.Раскройте содержание коммерческой работы по оптовым закупкам. Составьте анализ то из организаторов оптового оборота: оптовые ярмарки, оптовые рынки, товарные биржи, аукционы, торговые выставки играет наиболее существенную роль в формировании товарооборота на современном этапе развития.

11. В чем состоит сущность управления товарными запасами? В каких случаях применяются технико-экономические расчеты? Проанализируйте зависимость между временем и скоростью товарного обращения.

12.Раскройте особенности и условия договора поставки. Охарактеризуйте порядок заключения и исполнения договоров Какими нормативными документами определяется порядок заключения договоров. Розничный товарооборот и методика его анализа: состав и структура товарооборота, закономерности его развития в динамике за последние 3 года на основе данных Росстата

13.Представьте систему показателей экономической деятельности . Какие экономические показатели являются первоочередными для оценки эффективности работы

14. Перечислите сведения, составляющие коммерческую тайну.

15. Выделите формы лизинга. Какие элементы лизингового контракта являются обязательными?

16.Почему факторинг можно рассматривать как форму краткосрочного кредитования торговых организаций? Обоснуйте ответ

17.Проанализируйте причины падения спроса на товарные группы непродовольственные товаров в современной России? Выделите форму торговли, имеющую наибольшую динамику развития

18.Проведите сравнительный анализ организационно-правовых форм Возможно ли одностороннее внесение изменений или расторжение договора? Что может послужить основанием для расторжения договора.

19.Проанализируйте состояние и тенденции развития рынка товаров и услуг в России. Объясните почему коммерческая информация о конъюнктуре и емкости рынка необходима для принятия решения о закупке.

20. Проанализируйте систему показателей для оценки эффективности коммерческой деятельности. Проведите сравнительный анализ рентабельности по отраслям.

21. Раскройте критерии эффективности использования основных средств, проанализируйте взаимосвязь показателей фондоотдачи, производительности труда и фондовооруженности согласно методике их расчетов.

22. Представьте классификацию коммерческих организаций, учредительные документы, признаки юридических лиц. Назовите критерии субъектов крупного, среднего и малого предпринимательства в торговле.

23. Проанализируйте роль нематериальных активов, назовите их состав и структуру. Какое значение имеет деловая репутация, «бренд» для хозяйственной деятельности коммерческой организации

24. Составьте сравнительную характеристику типам торговых предприятий согласно ГОСТу.

25.Проанализируйте этапы торгово- технологического процесса. Предложите мероприятия по обеспечению бесперебойного цикла процесса товародвижения на основе заключенных договоров

Задания 3-го типа

Задание 1.

Коммерческие предприятия, расположенные в одном регионе, решили увеличить объем выпуска продукции в 2 раза. Причем всю продукцию планируется реализовать на рынке региона. Как это может повлиять на емкость рынка?

Задание 2.

На протяжении нескольких лет в городе сложилась определенная тенденция реализации товарной группы «одежда». Причем в стоимостном выражении показатели товарооборота за год примерно одинаковые. За счет чего может увеличиться емкость рынка города?

Задание 3.

Правительство РФ выпускает нормативные документы, регламентирующие отдельные стороны коммерческой деятельности предприятий. Оказывают ли, на ваш взгляд, они влияние на конъюнктуру

рынка? Обоснуйте свой ответ. Какой закон регулируют торговую деятельность. На основе каких законов осуществляют свою деятельность ОПФ? Каким образом регулируется конкуренция на товарных рынках?

Задание 4.

В городе работают 30 магазинов, реализующих продовольственные товары. Из них 60% принадлежат одной торговой сети, 10% – второй, оставшиеся являются самостоятельными магазинами. Учитывая эти данные, как можно охарактеризовать рынок продовольственных товаров данного города?

Задание 5.

В условиях применения санкций и введения товарного эмбарго меняются субъектные отношения в сфере потребительского рынка. Каким образом эти изменения повлияли на коммерческую деятельность торговых организаций и их товарную политику.

Задание № 6.

Предприятие реализовало продукцию в отчетном квартале на 100000 руб. при средних остатках оборотных средств 25000руб. Определите ускорение оборачиваемости средств в днях в плановом квартале, если объем реализованной продукции возрастет на 10 %.

Задание № 7. Используя данные таблицы, определите показатели использования оборотных средств в базисном и отчетном годах и экономию от ускорения их оборачиваемости.

Таблица . Исходные данные (тыс. руб.)

Показатель	Базисный год	Отчетный год
Выручка от реализации	1500	1800
Среднегодовые остатки оборотных средств	120	130

Задание № 8. Определите экономическую эффективность концентрации производства на основе данных таблицы .

Таблица Исходные данные.

Показатели	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
Годовой объем продукции (ед.)	500	1500	2000
Отпускная цена за единицу продукции (тыс.руб.)	7,2	7,1	7
Среднегодовая стоимость ОПФ (млн. руб.)	4,2	11,4	14,1
Среднесписочная численность ППС (чел.)	31	87	105
Себестоимость единицы продукции (тыс.руб)	4,5	4,3	4,2

Задание № 9. Рассчитайте линейным методом норму и сумму амортизации по следующим данным: первоначальная стоимость торгово-технологического оборудования составляет 15 млн. руб., средний срок его полезного использования – 12 лет

Задание №10.

Рассчитайте емкость регионального рынка за анализируемый период на основе данных таблицы.

Таблица

Источники	Объем , млн.руб.
заработная плата населения региона	800
предполагаемый спрос приезжим населением	180
пенсии, субсидии, пособия	500
налоги и сборы	280
нетоварные расходы населения	300
продажа предприятиям через розничную сеть мелких партий товаров	350

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Статистика»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине 3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
III. Тематический план..... 5
IV. Содержание дисциплины 6
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 9
VI. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины 14
VII. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины..... 15
VIII. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине 15
IX. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы..... 16
X. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине..... 17

I. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Статистика» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015 N 1334.

Изучение дисциплины «Статистика» ориентировано на получение обучающимися знаний о методах статистического анализа различных процессов и объектов, дает студентам представление и навыки применения количественных методов изучения социально-экономических процессов, происходящих в современном обществе и на различных уровнях экономики. Владение методами статистики является одним из важнейших деловых качеств менеджера, предпринимателя и экономиста высшей квалификации.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело входит в базовую часть учебного плана по дисциплине, Блок 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цель и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Статистика» является формирование у обучающихся теоретических знаний о системе статистических показателей, используемых для отражения состояния и развития явлений и процессов общественной жизни, а также практических навыков применения статистических методов для обработки и анализа количественной и качественной информации о развитии социально-экономических процессов и явлений.

Задачи дисциплины:

- изучение методов формирования информационной базы статистики, в том числе статистического наблюдения, сводки и группировки, абсолютных, относительных и средних величин; методов сбора, анализа и обработки данных, необходимых для решения поставленных экономических задач;
- овладение инструментальными средствами для обработки и анализа данных о социально-экономических процессах;
- изучить методы и овладеть инструментальными средствами анализа и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях,

• изучить методы выявления тенденций изменения социально-экономических показателей;

• изучение индексного метода анализа статистических данных;

• изучение методов исследования динамики и взаимосвязи экономических явлений;

• овладение современными техническими средствами и информационными технологиями для решения аналитических и исследовательских задач.

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компе-тенции**	**Индикаторы достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	**Формы образовательной деятельности**
Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	**ОПК-2**	**ОПК-2.1.-** Осуществляет поиск и обработку информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; анализирует релевантные статистические данные; интерпретирует и представляет результаты в целях принятия решений в сфере торговли; разработка коммерческой политики по оказанию логистической услуги	***Знать:*** • роль, значение и способы получения и регистрации информации; • основные категории и классификации в статистике; • методы расчета обобщающих показателей, выявления тенденций и закономерностей социально-экономических процессов; • экономическое содержание статистического анализа основных показателей статистики в сфере торговли. ***Уметь***: • оценивать качество полученных данных; • организовывать и	Контактная работа: Лекции Практикумы по решению задач Самостоятельная работа

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компе-тенции	Индикаторы достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Формы образовательной деятельности
			проводить статистическое наблюдение, сводку и группировку материалов; • представлять результаты в виде статистических таблиц и графиков; • использовать на практике методологию расчета и статистического анализа показателей в сфере торговли. ***Иметь практический опыт***: • владения методами расчета абсолютных, относительных и средних величин, показателей вариации, экономических индексов, корреляции и регрессии, рядов динамики.	

III. Тематический план

Наименование тем	Индикаторы достижения компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа	Форма ТКУ Форма ПА, балл
		Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стади)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Тема 1. Статистика как наука. Статистическое наблюдение. Статистическая сводка и группировка	ОПК 2.1	2		2						10	Тест/5 Домашнее задание №1/10
Тема 2. Наглядное представление статистических данных	ОПК 2.1	2		2						10	ПРЗ №1/5
Тема 3. Абсолютные и относительные показатели. Средние величины.	ОПК 2.1	2		2						10	ПРЗ №2/5

Тема 4. Показатели вариации. Дисперсионный метод анализа.	ОПК 2.1	4		4						10	Домашнее задание №2/10
Тема 5. Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений	ОПК 2.1	3		3						10	Домашнее задание №3/10
Тема 6. Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений	ОПК 2.1	2		2						10	Домашнее задание №4/10
Тема 7. Экономические индексы	ОПК 2.1	4		4						10	Домашнее задание №5/5
Всего	ОПК 2.1	**19**		**19**						**70**	**60 +40 (зачет)**
Контроль, час	**0**										**Зачет с оценкой**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

IV. Содержание дисциплины

Тема 1. Статистика как наука. Статистическое наблюдение. Статистическая сводка и группировка.

Становление статистики как науки. Понятие статистики и её задачи. Предмет, объект и метод статистического исследования. Базовые понятия и категории статистической науки.

Цели, задачи и объекты статистического наблюдения. Источники и организационные формы статистического наблюдения. Виды и способы статистического наблюдения. Текущее и прерывное (периодическое и единовременное) наблюдение. Программно-методологическое обеспечение статистического наблюдения. Основные понятия и категории статистического наблюдения. Методы статистического наблюдения. Способы статистического наблюдения. Точность статистического наблюдения.

Сущность и задачи статистической сводки. Виды статистической сводки. Понятие группировки. Задачи метода группировки. Виды статистических группировок и принципы их построения. Виды

статистических рядов распределения и их классификация. Графическое представление рядов распределения. Полигон и гистограмма.

Тема 2. Наглядное представление статистических данных

Понятие о статистической таблице. Элементы статистической таблицы. Виды таблиц по характеру подлежащего. Виды таблиц по разработке сказуемого. Основные правила построения таблиц Таблицы сопряженности.

Понятие о статистическом графике. Элементы статистического графика. Классификация видов графиков. Диаграммы сравнения. Структурные диаграммы. Диаграммы динамики. Статистические карты.

Построение таблиц, графиков и диаграмм с использованием информационно – коммуникационных технологий.

Тема 3. Абсолютные и относительные показатели. Средние величины.

Понятие статистического показателя. Виды статистических показателей. Понятие абсолютных величин. Индивидуальные абсолютные показатели. Сводные абсолютные показатели. Виды единиц измерения абсолютных показателей. Натуральные и условно-натуральные единицы измерения. Стоимостные единицы измерения. Трудовые единицы измерения. Относительные показатели. Единицы измерения относительных показателей. Показатели динамики. Показатели плана. Показатели реализации плана. Показатели структуры. Показатели координации. Показатели интенсивности и уровня экономического развития. Показатели сравнения. Интерпретация относительных величин.

Сущность и виды средних показателей. Понятие и интерпретация средней величины. Исходное соотношение средней. Степенные средние. Средняя арифметическая, её свойства. Средняя гармоническая. Другие формы средних величин. Структурные средние. Понятие моды, медианы. Определение моды и медианы по сгруппированным данным. Определение моды и медианы по интервальным вариационным рядам. Сравнение моды, медианы и средней

Тема 4. Показатели вариации. Дисперсионный метод анализа.

Понятие вариации и вариационных рядов. Абсолютные показатели вариации. Относительные показатели вариации. Свойства дисперсии. Дисперсия альтернативного признака. Определение эмпирического коэффициента детерминации. Эмпирическое корреляционное отношение.

Тема 5. Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений.

Классификация видов взаимосвязи. Факторные и результативные

признаки. Функциональные и корреляционные связи. Прямые и обратные связи. Линейные и нелинейные связи. Методы изучения взаимосвязи. Графический метод. Метод корреляционного анализа. Метод регрессионного анализа.

Условия применения корреляционно-регрессионного анализа. Расчет линейного коэффициента корреляции. Оценка значимости линейного коэффициента корреляции на основе t-критерия Стьюдента.

Задачи применения рагрессионного анализа. Аналитическое выражение связи в виде математической функции. Уравнение регрессии. Коэффициенты регрессии.

Определение параметров линейного уравнения регрессии. Парная линейная регрессия.

Принятие решений на основе уравнений регрессии. Интерпретация регрессионных моделей. Значимость коэффициента регрессии на основе линейной парной зависимости. Проверка адекватности модели на основе F – критерия Фишера-Снедекора. Коэффициент эластичности.

Оценка силы связи качественных признаков. Коэффициенты ассоциации и контингенции. Коэффициенты взаимной сопряженности Пирсона и Чупрова.

Ранговая корреляция. Коэффициент корреляции рангов Спирмена. Коэффициент корреляции рангов Кендалла.

Тема 6. Статистическое изучение динамики социально-экономических явлений .

Понятие ряда динамики. Классификация рядов динамики.

Сопоставимость уровней в рядах динамики. Основные причины несопоставимости уровней.

Аналитические показатели динамики.

Тенденция ряда динамики и методы ее выявления. Сезонные колебания и методы их изучения.

Методы выявления сезонной компоненты. Расчет индекса сезонности методом: постоянной средней, аналитического выравнивания, скользящей средней.

Простейшие методы прогнозирования временных рядов.

Тема 7. Экономические индексы

Понятие экономических индексов и их значение в экономическом анализе. Индексы индивидуальные и общие (сводные). Агрегатный индекс как исходная форма сводного индекса. Сводный индекс стоимости. Сводный индекс цен (по методу Пааше). Сводный индекс физического объема реализации. Взаимосвязь индексов.

Сводный индекс затрат на производство. Сводный индекс себестоимости продукции. Индекс физического объема производства.

Средние формы сводных индексов. Сводный индекс цен в среднегармонической форме. Сводный индекс цен в

среднеарифметической форме. Сводный индекс физического объема товарооборота в среднеарифметической форме.

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе изучения дисциплины «Статистика» используются такие виды учебной работы, как лекции, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы

дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Требования к оформлению результатов практикумов.

В зависимости от темы результаты ПРЗ представляются в виде:

- конечного ответа и вывода в соответствии с условием задания ПРЗ;
- результатов расчетов и их интерпретации в соответствии с условием задания ПРЗ;
- аналитической записки, подкрепленной результатами расчетов в соответствии с условием задания ПРЗ.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Статистика» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектироване)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самост. работы**	**Учебно-методич. обеспечение**	**Форма контроля**
1	**2**	**3**	**4**	**5**
Тема 1. Статистика как наука. Статистическое наблюдение. Статистическая сводка и группировка.	Становление статистики как науки. Основной метод статистики и особенности статистической методологии. Понятие о статистической информации. Монографическое обследование. Метод основного массива. Текущее и прерывное (периодическое и единовременное) наблюдение. Программно-методологическое обеспечение статистического наблюдения. Требования к статистическому	Работа с литературой, источниками в сети Internet Конспектирование. Подготовка к домашнему заданию, подготовка отчета по домашнему заданию.	Литература к теме 1 https://www.youtube.com/watch?v=IZ7WCWrCJFA https://works.doklad.ru/view/TXXMs3gIgPk.html http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook096/01/part-002.htm	Тест, Отчет по домашнему заданию

	наблюдению. Логический контроль. Арифметический контроль. Непосредственное наблюдение. Документальное наблюдение. Опрос. Способы статистического наблюдения. Экспедиционный способ. Анкетный способ. Атрибутивные и вариационные ряды распределения. Дискретный вариационный ряд распределения. Интервальный вариационный ряд распределения. Графическое представление рядов распределения. Полигон и гистограмма.			
Тема 2. Наглядное представление статистических данных	Виды таблиц по характеру подлежащего. Виды таблиц по разработке сказуемого. Таблицы и матрицы. Таблицы сопряженности. Статистические карты. Построение таблиц, графиков и диаграмм с использованием информационно – коммуникационных технологий.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Конспектирование. Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму.	Литература к теме 2 https://datavizcatalogue.com/RU/index.html	Отчет по практикуму по решению задач
Тема 3. Абсолютные и относительные показатели. Средние величины.	Индивидуальные абсолютные показатели. Сводные абсолютные показатели. Виды единиц измерения абсолютных показателей. Натуральные и условно-натуральные единицы измерения. Стоимостные единицы измерения. Трудовые единицы измерения. Средняя арифметическая, её свойства. Другие формы средних величин. Сравнение моды, медианы и средней.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Конспектирование. Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму.	Литература к теме 3 http://www.grandars.ru/student/statistika/absolyutnye-i-otnositelnye-velichiny.html http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook096/01/part-005.htm	Отчет по практикуму по решению задач
Тема 4. Показатели вариации. Дисперсионный анализ.	Свойства дисперсии. Дисперсия альтернативного признака.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Конспектирование. Подготовка к	Литература к теме 4 http://www.grandars.ru/student/statistika/pokazateli-variacii.html	Отчет по домашнему заданию

		практикуму, подготовка отчета по практикуму.	http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook096/01/part-006.htm	
Тема 5. Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений	Исследование взаимосвязи с помощью диаграмм рассеяния. Условия применения корреляционно-регрессионного анализа. Теоретическое корреляционное отношение. Теоретический коэффициент детерминации. Оценка силы связи качественных признаков. Коэффициенты ассоциации и контингенции. Коэффициенты взаимной сопряженности Пирсона и Чупрова. Ранговая корреляция. Коэффициент корреляции рангов Спирмена. Коэффициент корреляции рангов Кендалла. Коэффициент конкордации.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Конспектирование. Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму.	Литература к теме 5 http://edu.tltsu.ru/sites/sites_content/site216/html/media96435/lec_8.pdf https://studfile.net/preview/5597715/page:17/ https://www.economy-web.org/?p=558	Отчет по домашнему заданию
Тема 6. Статистическое изучение динамики	Сопоставимость уровней в рядах динамики. Основные причины несопоставимости уровней. Смыкание рядов динамики на основе использования коэффициентов пересчета. Смыкание рядов динамики путем перевода уровней в относительные единицы измерения.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Конспектирование. Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по лабораторному практикуму.	Литература к теме 6 https://studfile.net/preview/5597715/page:13/ https://baguzin.ru/wp/analiz-vremennyh-ryadov/	Отчет по домашнему заданию
Тема 7. Экономические индексы	Сводный индекс затрат на производство. Сводный индекс себестоимости продукции. Индекс физического объема производства. Средние формы сводных индексов. Сводный индекс цен в среднегармонической форме. Сводный индекс цен в среднеарифметической	Работа с литературой, источниками в сети Internet Конспектирование. Подготовка к домашнему заданию, подготовка	Литература к теме 7 https://studfile.net/preview/5597715/page:15/ http://www.ekonomika-st.ru/drugie/metodi/metodi-statistika-1-	Отчет по домашнему заданию

	форме. Сводный индекс физического объема товарооборота в среднеарифметической форме.	отчета по домашнему заданию.	7.html	

VI. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература.

1. Васильева, Э.К. Статистика : учебник / Э.К. Васильева, В.С. Лялин. – Москва : Юнити, 2015. – 399 с. – ISBN 978-5-238-01192-9. Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/
2. Яковенко, Л.И. Статистика: сборник задач и упражнений. Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2019. – 196 с. : табл. – ISBN 978-5-7782-3779-7. Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/
3. Яковенко, Л.И. Статистика : учебное пособие : [16+] / Л.И. Яковенко, А.В. Лосева. Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016. – 276 с.: ил., табл. ISBN 978-5-7782-3013-2. Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/
4. Балдин, К.В. Общая теория статистики: учебное пособие: К.В. Балдин, А.В. Рукосуев. – 3-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 312 с. : ил. ISBN 978-5-394-03462-6. Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

Дополнительная литература.

5. Комарова, Е.С. Парный регрессионный анализ : учебное пособие : [16+] / Е.С. Комарова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 60 с. : табл., ил.– ISBN 978-5-4499-0165-1. – DOI 10.23681/575321. Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/
6. Глебов, В.И. Практикум по математической статистике: проверка гипотез с использованием Excel, MatCalc, R и Python / В.И. Глебов, С.Я. Криволапов; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Финансовый университет). – Москва: Прометей, 2019. – 87 с.: ил. – ISBN 978-5-907100-66-4. Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

VII. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка

1.	Федеральная служба государственной статистики	http://www.gks.ru
2.	Статистическая база данных Европейской экономической комиссии ООН	http://w3.unece.org/pxweb/?lang=14
3.	Евростат	http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/themes
4.	Межгосударственный статистический комитет Содружества Независимых Государств (Статкомитет СНГ).	http://www.cisstat.com/

VIII. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;

- лаборатория, оснащенная лабораторным оборудованием, в зависимости от степени его сложности и лицензионным ПО
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

IX. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/) .

X Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Промежуточная аттестация по дисциплине «Статистика» проводится в форме зачета с оценкой.

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

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл	Критерии оценивания компетенций
1.	Тестовое задание	Тест состоит из 10 заданий с одним вариантом правильного ответа. Продолжительность тестирования 15 мин.	«5» – получают обучающиеся, давшие верные ответы на 100 – 90 % тестовых заданий; «4» – ставится в том случае, если верные ответы составляют 70-80 % от общего количества вопросов теста;	ОПК-2.1

			«3» – выставляется в случае, если в тесте правильные ответы составляют 50 – 60 % от общего количества вопросов теста. «2 -1» – дано менее 50% правильных ответов 0 – тест не выполнен	
2.	Практикум по решению задач	Представляет собой одно или несколько заданий, объединенных общей темой курса, нацеленных на формирование у обучающихся навыков выбора и применения статистических методов для достижения заданного результата решения экономической задачи, анализа и интерпретации полученных результатов. Предполагает индивидуальную работу или работу в мини-группах (до 3-х человек). На решение задачи при индивидуальной работе отводится от 5 до 30 минут, при работе в группе –30 минут.	«5» – задача выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением методики, получен верный ответ и сформулирован верный вывод; «4» – задача выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением методики, получен верный ответ, в выводе допущены незначительные ошибки или вывод неполный; «3» – задача выполнена с нарушением сроков заданного времени, самостоятельно, допущены ошибки в выборе методики, получен близкий к верному ответ в выводе допущены ошибки или вывод не сделан; «2 -1» – задача выполнена с нарушением сроков заданного времени, не самостоятельно, допущены грубые ошибки в выборе методики, получен неверный ответ и вывод неверен или не сделан «0» - практикум по решению задач не выполнен	ОПК-2.1
3.	Домашнее задание	Является формой контроля	10-9 – домашнее задание выполнено	ОПК-2.1

		самостоятельной работы студентов и нацелено на закрепление знаний, умений и навыков, полученных в ходе аудиторных занятий или при изучении дидактических единиц, вынесенных согласно программе дисциплины на самостоятельное изучение. Может быть реализовано в форме задания, аналогичного практикуму по решению задач или лабораторного практикума с применением общедоступных программных средств (MS Excel). Может предполагать представление результата по электронной почте или представления в распечатанном виде в соответствии с требованиями к результатам выполнения домашнего задания. Как правило, на выполнение домашнего задания отводится одна неделя.	верно в срок, представлен грамотный отчет. 8-7 – домашнее здание выполнено верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 6-3- домашнее задание выполнено в срок и содержит концептуальные ошибки. 2-1 результат предоставлен с нарушением сроков, задание выполнено менее чем на 30%, результаты полностью или частично заимствованы. 0 – домашнее задание не выполнено.	

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	**Процедура оценивания**	**Шкала и критерии оценки, балл**
ОПК-2.1	Зачет с оценкой представляет собой выполнение обучающимся	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей

	заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	балльной шкале: 1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40. **«Зачтено»** **— 90-100 (отлично**)– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **— 70 -89 (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **— 50-69 (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. **«Не зачтено»** **— менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Для студентов, набравших от 10 до 60 баллов по ТКУ, предлагается на зачете выполнить только задание №3 на проверку умений и навыков в результате освоения дисциплины, оцениваемое от 0 до 40 баллов.

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

Примерный тест

1. Процесс подсчета обобщающих итогов выбранных для исследования признаков по всем единицам совокупности, от которых получена информация, в статистике называется

а) сводкой
б) группировкой
в) обобщением

2. При построении интервальной группировки из 8 групп с минимальным значением группировочного признака равным 130, максимальным – 250, ширина равного интервала составит:

а) 15
б) 16
в) 31

г) 48

3. В построенной интервальной группировке торговых предприятий по количеству клиентов, состоящей из 10 групп с шириной равного интервала 10 чел. и максимальным количеством клиентов 200 чел., минимальное количество клиентов составляет:

а) 1 чел.
б) 20 чел.
в) 100 чел.
г) 190 чел.

4. По данным таблицы 1, определите наличие или отсутствие зависимости количества занятых на предприятиях малого бизнеса в торговле и количеством сетевых магазинов.

Таблица 1. Аналитическая группировка областей ЦФО по количеству сетевых магазинов

Количество сетевых магазинов	Количество областей	Количество занятых на предприятиях малого бизнеса в торговле в среднем на 1 область
750 – 1200	6	22000
1200 – 1650	4	18000
1650 – 2100	4	14000
2100 – 2550	2	10000

5. Таблица 1 содержит пример

а) дискретного ряда распределения
б) вариационного интервального ряда распределения
в) атрибутивного ряда распределения

6. Для изображения интервальных рядов распределения используется график, который называется

а) гистограмма распределения
б) полигон распределения

7. Относительные показатели могут выражаться в …

а) коэффициентах
б) процентах
в) милях, метрах, километрах
г) литрах, тоннах
д) человеко-часах, человеко-днях

8. Доля предметов, по которым студент получил оценку «90 баллов и менее», представляет собой пример относительного

показателя …

Оценка, баллов	Количество предметов
70	3
75	1
80	2
90	2

а) динамики
б) структуры
в) реализации плана
г) сравнения

9. Отношение фактического объема товарооборота за год к запланированной на этот же год величине товарооборота представляет собой пример расчета относительного показателя …
а) структуры
б) плана
в) реализации плана
г) динамики

10. Относительный показатель динамики рассчитывается как …
а) отношение величины показателя в текущем уровне к величине показателя в предшествующем уровне
б) отношение величины показателя в предыдущем уровне к величине показателя в текущем уровне
в) отношение величины показателя в текущем уровне к ожидаемой величине показателя в будущем периоде

Типовые задания к практикуму по решению задач.

Практикум по решению задач 1.

Выберите объект статистического наблюдения (например, обследование коммерческих банков, строительных фирм, страховых компаний, предприятий конкретной отрасли промышленности, учреждений здравоохранения, коммунальных предприятий, культурно-просветительных учреждений, государственной и коммерческой торговой сети и др.).

Для избранного объекта определите:
а) цель и практические задачи исследования;
б) объект и единицу наблюдения;
в) признаки, подлежащие регистрации;
г) время, место и сроки проведения наблюдения;
д) вид, способ и форму наблюдения.

Разработайте программу наблюдения, а также спроектируйте

инструментарий статистического наблюдения (бланк обследования и организационный план наблюдения).

Практикум по решению задач 2.

Задание 1. Имеются данные о численности постоянного населения г. Москвы на 01 января соответствующего года, тыс. чел.

Год	Численность населения
2010	11382,2
2011	11541,1
2012	11612,9
2013	11979,5
2014	12108,3
2015	12197,6
2016	12330,1
2017	12380,7
2018	12506,5
2019	12615,3

Определите цепные и базисные относительные показатели динамики. Покажите их взаимосвязь.

Задание 2. Предприятие планировало увеличить выпуск продукции в 2020г. по сравнению с 2019г. на 18%. Фактический же объем продукции составил 112,3% от прошлогоднего уровня. Определите относительный показатель реализации плана.

Виды экономической деятельности	Число малых предприятий, ед.	Оборот малых предприятий, млн. руб.	Инвестиции в основной капитал, тыс. руб.
Всего, В том числе:	41169	6515783,9	42919531
Обрабатывающие производства	3117	228299,7	2588093
Строительство	4966	455319,2	19447871
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	16221	4770122,4	4457708
Торговля оптовая, кроме оптовой торговли автотранспортными	13533	87903,7	4170025

средствами и мотоциклами			
Деятельность профессиональная, научная и техническая	3746	251556,6	1627970
Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	2982	112284,9	306496,0
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	2039	210923,1	1019372
Деятельность в области информации и связи	2119	138165,5	1279851

Задание 3. Имеются следующие данные о численном распределении, товарообороте малых предприятий, зарегистрированных в г. Москве (без микро предприятий) по основным видам экономической деятельности в 2019г.:

Рассчитайте и проанализируйте все возможные относительные показатели для характеристики деятельности малых предприятий г. Москвы.

Задание 4. Известна структура произведенных затрат предприятия:

Статья затрат	Удельный вес в общих затратах, %
Сырье и материалы	33
Топливо и энергия	13
Оплата труда	4
Амортизация	10
Прочие расходы	40
Итого	100

Вычислите относительные показатели координации.

Задание 5. Демографическая ситуация в г. Москве в 2018-2019гг. характеризуется следующими данными (на начало года, чел.):

Основные демографические показатели	человек	
	2019	2018

Основные демографические показатели	человек	
	2019	2018
Число родившихся	126122	121885
Число умерших	110490	111309
в том числе детей в возрасте до 1 года	576	660
Естественный прирост (+), убыль (-)	15632	10576
Зарегистрировано браков	73180	75599
Зарегистрировано разводов	38147	40013

Проведите анализ изменения демографической ситуации среди населения города Москвы, если известно, что численность постоянного населения на начало 2018г. составляла 12506,5 тыс. чел., а на начало 2019г. 12615,3 тыс. чел.

Практикум по решению задач 3.

Задание 1. По данным об основных показателях деятельности банков-наиболее активных рекламодателей по итогам IV квартала 2019 года постройте группировку банков по количеству рекламных выходов, выделив не более трех групп банков с равными интервалами.

Показатели деятельности банков-наиболее активных рекламодателей по итогам IV квартала 2019 года

№	Рекламодатель	Количество рекламных выходов в IV квартале 2019 года (тыс. шт.)	Чистые активы на 1 января 2020 года (млрд. руб.)	Кредиты физлиц на 1 января 2020 года (млрд. руб.)
1	Сбербанк	27,4	13823,2	2477,9
2	Совкомбанк	22,9	88,4	43,5
3	Траст	17,4	178,1	90,4
4	ВТБ	11,1	4221,2	757,9
5	ФК Открытие	9,5	190,2	34,6
6	Кредит Европа Банк	9,3	116,3	77,9
7	Югра	6,2	9,6	0,3
8	Промсвязьбанк	6,0	682,3	57,8
9	Бин-Банк	5,0	166,8	8,2
10	Росбанк	4,9	677,5	202,3
11	Башкомснаббанк	3,8	8,5	1,3
12	Home Credit	3,7	331,4	216,6
13	Мастер Банк	3,7	75,1	8,1
14	МТС-Банк	3,4	152,1	37,0
15	Ренессанс	3,3	7,1	1,7
16	Газпромбанк	2,8	2721,3	173,2

Ответьте аргументированно на вопрос, воспользовавшись

практикой корреляционного анализа, можно ли утверждать, что:

- чем больше количество рекламных объявлений банка, тем выше размер его чистых активов?
- чем больше количество рекламных объявлений банка, тем больший объем кредитов физическим лицам он предоставляет?

Задание 2. По данным о процентной ставке и величине выданных кредитов постройте уравнение регрессии и сформулируйте выводы.

Номер банка	**Процентная ставка, %**	**Кредиты, млн. руб.**
1.	11	14,5
2.	13	25,5
3.	14	26,5
4.	15	9,7
5.	16	12,6
6.	17	12,5
7.	18	14,8
8.	19	13,8
9.	21	11,2
10.	23	10,5

Типовые домашние задания.

Домашнее задание 1.

Известны следующие данные по основным показателям деятельности крупнейших банков одной из областей Российской Федерации.

Таблица 1 - Показатели деятельности коммерческих банков одной из областей РФ, млн. руб.

№ п/п	Сумма активов	Собственный капитал	Привлеченные ресурсы	Балансовая прибыль	Объем вложений в государственные ценные бумаги	Ссудная задолженность

1	645,6	12,0	27,1	8,1	3,5	30,8
2	636,9	70,4	56,3	9,5	12,6	25,7
3	629,0	41,0	95,7	38,4	13,3	26,4
4	619,6	120,8	44,8	38,4	4,4	25,3
5	616,4	49,4	108,7	13,4	15,0	20,9
6	614,4	50,3	108,1	30,1	19,1	47,3
7	608,6	70,0	76,1	37,8	19,2	43,7
8	601,1	52,4	26,3	41,1	3,7	29,1
9	600,2	42,0	46,0	9,3	5,2	56,1
10	600,0	27,3	24,4	39,3	13,1	24,9
11	592,9	72,0	65,5	8,6	16,7	39,6
12	591,7	22,4	76,0	40,5	7,5	59,6
13	585,5	39,3	106,9	45,3	6,7	44,9
14	578,6	70,0	89,5	8,4	11,2	32,2
15	577,5	22,9	84,0	12,8	19,3	45,1
16	553,7	119,3	89,4	44,7	19,4	24,5
17	543,6	49,6	93,8	8,8	5,7	31Д
18	542,0	88,6	26,7	32,2	7,8	37,1
19	517,0	43,7	108,1	20,3	8,3	23,1
20	516,7	90,5	25,2	12,2	9,7	15,8

По исходным данным:

а). Постройте группировку коммерческих банков по величине собственного капитала, выделив четыре группы с равными интервалами. Рассчитайте по каждой группе сумму активов, собственный капитал, привлеченные ресурсы, балансовую прибыль. Результаты группировки представьте в табличной форме и сформулируйте выводы.

б). Постройте полигон и гистограмму распределения банков по величине собственного капитала.

в). Постройте структурную группировку коммерческих банков по величине собственного капитала. Рассчитайте по каждой группе сумму активов, собственный капитал, привлеченные ресурсы, балансовую прибыль. Результаты группировки представьте в табличной форме и сформулируйте выводы.

г). Постройте аналитическую группировку коммерческих банков по величине собственного капитала. Рассчитайте по каждой группе сумму активов, собственный капитал, привлеченные ресурсы, балансовую прибыль. Результаты группировки представьте в табличной форме и сформулируйте выводы.

Домашнее задание 2.

Задание 1. Имеются следующие данные об экспорте услуг по основным видам экономической деятельности предприятий г. Москвы в 2018г. в млн. долл. США. Постройте столбиковые и секторные диаграммы и дайте их словесное описание.

	Всего, млн. долларов США	в том числе	
		в страны дальнего зарубежья	в страны СНГ
Все услуги	11405,0	10296,0	1109,0

из них:			
транспортные услуги	6613,4	5733,6	879,8
строительные и связанные с ними инженерные услуги	97,5	69,0	28,5
все страховые и связанные со страхованием услуги	208,8	187,7	21,1
банковские и прочие финансовые услуги	93,8	92,0	1,8
телекоммуникационные и аудиовизуальные услуги	519,3	446,3	73
деловые услуги	2840,6	2751,9	88,7
торгово-посреднические услуги	60,2	55,9	4,3

Задание 2. Имеются следующие данные о внешнеторговом обороте предприятий и организаций г. Москвы с 2010 по 2018гг. в млрд. долл. США. Постройте все возможные диаграммы и дайте словесное описание полученных графических образов.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Всего	235,1	305,1	322,9	341,9	333,4	213,0	194,4	247,2	301,0
экспорт	143,8	188,0	199,8	215,8	215,4	138,6	118,2	148,6	197,6
импорт	91,3	117,1	123,1	126,1	118,0	74,4	76,2	98,6	103,4
в том числе									
со странами СНГ - всего	17,1	20,6	21,8	18,7	14,1	6,0	18,0	23,4	26,5
экспорт	14,0	16,6	17,3	14,4	11,0	4,1	11,8	15,5	17,8
импорт	3,1	4,0	4,5	4,3	3,1	1,9	6,2	7,9	8,7
со странами дальнего зарубежья - всего	218,0	284,5	301,1	323,2	319,3	207,0	176,4	223,8	274,5
экспорт	129,8	171,4	182,5	201,4	204,4	134,5	106,4	133,1	179,8
импорт	88,2	113,1	118,6	121,8	114,9	72,5	70,0	90,7	94,7

Домашнее задание 3.

Задание 1. Известны данные о распределении населения по величине среднедушевых денежных доходов.

Среднедушевые денежные доходы, руб. в месяц	Численность населения, тыс. чел.
500	2,0
1500	28,9
2500	69,7
3500	94,4
4500	101,5
5500	93,2

6500	93,0
7500	526,1
Всего	1008,8

Определите размер среднедушевого денежного дохода населения в целом по региону. Определите модальный и медианный размеры среднедушевого денежного дохода населения. Сформулируйте выводы.

Задание 2. Качество продукции предприятия характеризуется следующими данными (за месяц):

Вид продукции	Процент брака	Стоимость бракованной продукции, руб.
A	1,3	2135
B	0,9	3560
C	2,4	980

Определите средний процент брака в целом по предприятию.

Задание 3. По данным Госкомстата РФ численность занятых в экономике по возрасту в 2018г. распределилась следующим образом:

Возраст, лет	% к общей численности занятых
до 20	1,5
20–24	9,2
25–29	11,5
30–34	11,6
35–39	15,3
40–44	17,0
45–49	15,4
50–54	10,7
55–59	3,6
60–72	4,2
Итого	100

Определите: а) средний возраст занятых в экономике; б) модальный и медианный возраст занятых в экономике; в) сделайте выводы.

Домашнее задание 4.

Задание 1. Имеются следующие данные о цене (курсе) и объеме продаж акций промышленных компаний на фондовом рынке:

Вид акции	Сентябрь		Октябрь	
	цена акции, руб.	кол-во проданных акций,	цена акции, руб.	кол-во проданных акций, шт.

		шт.		
A	3680	1200	3700	1700
B	2150	700	2200	900
C	2620	980	2750	1010
D	3025	2500	3100	3000

Рассчитайте сводные индексы цен, физического объема и стоимости, а также величину перерасхода покупателей от роста цен. Изложите результаты в аналитической записке.

Задание 2. По следующим данным определите среднее изменение себестоимости продукции по предприятию:

Вид продукции	Произведено в текущем периоде, тыс. шт.	Изменение себестоимости в текущем периоде по сравнению с предшествующим	
		руб.	%
Кирпич строительный Блоки фундаментные Плиты перекрытия	183,3 27,9 16,4	+0,34 +52,5 -68,0	+8,5 +7,5 -4,0

Задание 3. Цены на потребительские товары и услуги в регионе в январе по сравнению с предшествующим месяцем возросли на 3,4%, а в феврале по сравнению с январем – на 4,5%. Как изменились цены в марте по сравнению с февралем, если:
а) общий рост цен за I квартал данного года составил 110,7%;
б) при расчете всех индексов использовались веса декабря предшествующего года?

Задание 4. Определите изменение средней цены товара А, реализуемого на нескольких оптовых рынках, если индекс цен фиксированного состава равен 108,4%, а влияние структурных сдвигов в реализации товара на изменение средней цены составляет 0,7%.

Задание 5. Строительно-производственная деятельность двух ДСК города характеризуется следующими данными:

Домостроительный комбинат	Построено жилья, тыс. м2		Себестоимость 1 м2, тыс. руб.	
	2017	2018	2017	2018
ДСК-1 ДСК-2	53 179	68 127	6,4 6,0	7,2 6,5

Рассчитайте индексы себестоимости переменного и фиксированного составов, а также индекс структурных сдвигов. Объясните результаты расчетов.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета с оценкой.

Задания 1 типа

*Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними***.**

1. В чем заключается основная задача метода группировки? Какие виды группировок применяются для анализа экономических явлений?
2. Какие различают виды относительных показателей?
3. Что такое средняя величина? Какие существуют основные виды средних величин?
4. Что такое мода и для чего она применяется?
5. Что характеризует медиана?
6. Что такое изменчивость или вариация данных?
7. Понятие выборочного наблюдения, его преимущества и недостатки.
8. Генеральная и выборочная совокупности, их обобщающие характеристики
9. Что такое показатель взаимной сопряженности и как его можно вычислить?
10. Что характеризует стандартное отклонение? Приведите примеры.
11. Что позволяет оценить величина коэффициента корреляции? Какие виды показателей корреляции можно применить к количественным данным?
12. Что характеризуют и как интерпретируются показатели среднего темпа роста и среднего темпа прироста?
13. Дайте определение ряда динамики
14. Что означает несопоставимость уровней рядов динамики и из-за чего она возникает?
15. Что представляет собой статистический индекс?
16. Классификация видов взаимосвязи. Факторные и результативные признаки. Функциональные и корреляционные связи. Прямые и обратные связи. Линейные и нелинейные связи.
17. Методы изучения взаимосвязи. Метод приведения параллельных данных. Графический метод. Поле корреляции. Метод корреляционного анализа. Метод регрессионного анализа.

18. Исследование взаимосвязи с помощью диаграмм рассеяния.

19. Условия применения корреляционно-регрессионного анализа. Расчет линейного коэффициента корреляции. Оценка значимости линейного коэффициента корреляции на основе t-критерия Стьюдента.

20. Задачи применения рагрессионного анализа. Аналитическое выражение связи в виде математической функции. Уравнение регрессии. Коэффициенты регрессии.

21. Определение параметров линейного уравнения регрессии. Парная линейная регрессия.

22. Определение параметров уравнения регрессии при нелинейной зависимости. Корреляционное отношение. Эмпирическое корреляционное отношение. Эмпирический коэффициент детерминации. Теоретическое корреляционное отношение. Теоретический коэффициент детерминации.

23. Принятие решений на основе уравнений регрессии. Интерпретация регрессионных моделей. Значимость коэффициента регрессии на основе линейной парной зависимости. Проверка адекватности модели на основе F – критерия Фишера-Снедекора. Коэффициент эластичности.

24. Множественный коэффициент корреляции. Множественный коэффициент детерминации. Построение модели множественной регрессии. Проверка значимости множественного и частных коэффициентов корреляции. Интерпретация результатов множественной регрессии. Применение корреляционно-регрессионного анализа в исследовании финансово-экономической деятельности.

25. Оценка силы связи качественных признаков. Коэффициенты ассоциации и контингенции.

Задания 2 типа

Задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности.

1. Как можно определить число групп при группировке данных?

2. В каких случаях применяются взвешенные средние величины? Почему при расчете средней величины важно учитывать веса вариантов показателя?

3. Что характеризует соотношение величин моды, средней и медианы? Какие выводы о характере распределения можно сделать на основе анализа соотношения величины этих показателей?

4. Для чего применяется коэффициент вариации? В чем состоит особенность расчета линейного коэффициента вариации?

5. В каких случаях для расчета показателей вариации

используются взвешенные формулы?

6. В чем различия между функциональной и корреляционной связью? Что характеризует каждый из параметров уравнения регрессии?

7. Какими методами можно установить наличие тенденции в ряду динамики?

8. В чем состоят основные различия между корреляционным и регрессионным методами анализа?

9. Достаточно ли для подтверждения вывода о наличии взаимосвязи между экономическими показателями знать значение величины линейного коэффициента корреляции Пирсона?

10. Каким образом анализируется диаграмма рассеяния и как она строится?

11. Какие выводы можно сделать на основе параметров уравнения регрессии?

12. В чем состоит разница применения коэффициентов ассоциации и контингенции от коэффициентов взаимной сопряженности Пирсона и Чупрова?

13. Какой показатель является обобщающим показателем абсолютной скорости изменения социально-экономического явления во времени?

14. Чем отличаются индивидуальные индексы от сводных индексов?

15. Укажите взаимосвязь индексов стоимости, цен и физического объема.

16. Понятие ряда динамики. Виды рядов динамики. Классификация рядов динамики. Ряды относительных, абсолютных и средних показателей.

17. Моментные и интервальные ряды. Ряды с равноотстоящими и неравноотстоящими уровнями.

18. Сопоставимость уровней в рядах динамики. Основные причины несопоставимости уровней. Смыкание рядов динамики на основе использования коэффициентов пересчета. Смыкание рядов динамики путем перевода уровней в относительные единицы измерения.

19. Аналитические показатели динамики. Индивидуальные аналитические показатели динамики.

20. Абсолютный прирост. Коэффициент роста. Темп роста. Темп прироста. Абсолютное значение одного процента прироста.

21. Средние показатели рядов динамики. Средний уровень моментного ряда. Средний уровень интервального ряда. Средний абсолютный прирост. Средний темп роста. Средний темп прироста.

22. Тенденция ряда динамики и методы ее выявления. Метод укрупнения интервалов. Метод простой скользящей средней. Метод аналитического выравнивания. Уравнение тренда. Определение параметров линейной и параболической моделей.

23. Сезонные колебания и методы их изучения. Базовая модель

временного ряда. Методы выявления сезонной компоненты.

24. Расчет индекса сезонности методом: постоянной средней, аналитического выравнивания, скользящей средней.

25. Простейшие методы прогнозирования временных рядов. Прогнозирование методом среднего абсолютного прироста. Прогнозирование методом среднего темпа роста. Прогнозирование на основе экстраполяции тренда.

Задания 3 типа

Задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №1.

Определите, как предприятие выполнило плановое задание по выпуску продукции во II полугодии, если в течение II полугодия было запланировано выпустить продукции на 15% больше чем в первом, а фактический выпуск продукции увеличился по сравнению с I полугодием на 5,6%.

Задание №2.

Аналитик, работающий в мэрии Москвы, получил задание провести исследование пропускной способности московских автомобильных дорог. На основании приведенных ниже данных он сделал прогноз об остановке движения автомобильного транспорта в Москве. Проанализируйте заключение специалиста. Согласны ли Вы с ним или нет? Подкрепите Ваши аргументы расчетами.

Задание №3.

Краткая аналитическая записка: Максимальная пропускная способность московских дорог рассчитана на 4,8 млн. автомобилей. По состоянию на конец 1 квартала 2017 года в Москве зарегистрировано около 3,3 млн. авто. На основании данных о среднем приросте новых автотранспортных средств на московских дорогах в объеме 300 тысяч в год можно заключить, что движение автомобильного транспорта в Москве остановится к 2021 году.

Задание №4.

Опрос 600 человек, проживающих в районе деятельности вашей фирмы, показал, что они в сумме собираются израсходовать на вашу продукцию в следующем году 65 тыс. руб. Вы собираетесь расширить сферу деятельности вашей фирмы на город с населением 1,5 млн. чел. Определите среднюю сумму, которую потратит один человек на покупку вашей продукции, основываясь на данных опроса в том

регионе, где сейчас работает ваша фирма. Какой годовой уровень продаж вы ожидаете при условии, что ваше присутствие на рынке нового города будет таким же, как и в том регионе, где вы уже работаете?

Задание №5.
Проанализировав данные о размере одной покупки потребителей в супермаркете за неделю по группам товаров (продовольственные, бытовая химия, одежда, товары для дома), аналитики супермаркета получили следующие результаты: в среднем за неделю на одну покупку в данном супермаркете потребитель тратит 1000 руб.; среднее квадратическое отклонение размера расходов на одну покупку составляет 190 руб. Какие выводы можно сделать на основе полученных результатов? Подкрепите результаты анализа дополнительными расчетами. Можно ли утверждать, что все покупки близки друг к другу по размеру и вид товара не оказывает влияние на размер расходов потребителей?

Задание №6.
В 1990 году в РФ проживало 148 млн. человек, из них 69 млн. мужчин, в 2001 году в РФ из 146 млн. чел. женское население составляло 78 млн., а к 2007 году из 142 млн. населения РФ мужчины составляли 46,3%. Проверьте, справедливо ли утверждение, что «На 10 девчонок по статистике 9 ребят…»? Изменилось ли это соотношение на указанный период времени?

Задание №7.

Число корпоративных клиентов ОАО АКБ «Х» на 1 января 2017 г. составило 50 000. Руководство банка приняло решение о расширении бизнеса и объявило о необходимости увеличения клиентской базы на менее чем на 2,5% за каждые полгода. Определите, насколько минимально должно увеличиться количество корпоративных клиентов банка к концу 2017 г. при условии выполнения требуемого руководством размера увеличения клиентской базы?

Задание №8.

Проведите сравнительный анализ соотношения численности погибших в ДТП на 100 000 чел. населения в 2017 г. по странам

Страна	**Численность погибших, тыс. чел.**	**Численность населения, млн. чел.**	**Число погибших на 100 000 чел. населения**	**ОПСр Россия к др. странам**
Россия	26,6	142,8		
Германия	3,6	81,8		
Великобритания	1,9	62,5		
США	32,9	300,7		

При формулировании выводов используйте относительные показатели сравнения, взяв за базу сравнения уровень смертности в ДТП в России.

Задание №9.

Каким должен быть объем механической выборки при следующих исходных данных:

А) отбор проводится из совокупности, содержащей 1000 единиц;

Б) дисперсия исследуемого признака равна 250;

В) предельная ошибка выборки не должна превышать 2 с вероятностью 0,997?

Задание №10.

Определите на сколько процентов и в каком квартале средняя цена продукции была выше.

Вид продукции	**I КВАРТАЛ**		**II КВАРТАЛ**	
	цена, руб.	**объем реализации, шт.**	**цена, руб.**	**объем реализации, шт.**

1	142	230	150	240
2	120	198	135	190
3	165	145	158	180

Задание №11.

Известны данные о распределении численности мужчин по возрастным группам в одном из регионов РФ (на 1 января 2017 г.).

Группы по возрасту	Численность мужчин
0 – 20	101,7
20 – 40	146,9
40 – 60	142,0
60 и старше	65,4
Всего	456,0

Определите средний возраст мужчин, проживающих в регионе.

Задание №12.

Рассчитайте среднее квадратическое отклонение по данным о распределении аудиторских фирм по величине совокупной выручки. (Результаты арифметических вычислений округляйте до сотых.)

Совокупная выручка, млн. руб.	Число аудиторских фирм, ед.
8-12	12
12-18	29
18-22	24
22 и выше	10

Задание №13.

Вы решили изучить поквартальное количество посетителей своего ресторана, воспользовавшись методом анализа трендов. Линейный тренд описывается уравнением вида Yt=5423+408*t, причем номер квартала начинается с единицы в I квартале 2015 г. и увеличивается на единицу для каждого последующего квартала.

а) Найдите прогнозные значения для четырех кварталов 2019 г.

б) Ваш стратегический бизнес-план развития ресторана включает проект значительного расширения бизнеса (количество посетителей ресторана должно достичь 70 000 за год). В каком году – в соответствии с Вашим прогнозом – это должно произойти впервые?

Задание №14.

Имеются следующие данные о среднесуточной добыче нефти и ценах в 2010 г.

Страны	Среднесуточная добыча нефти, млн. барр./сутки		Цена, долл./баррель	
	июнь	июль	июнь	июль

ОПЕК	26,00	26,04	65	66
Россия	9,91	9,77	68	72

Определите индивидуальные индексы цен, физического объема. Проведите сравнительный анализ.

Задание №15.

Имеются данные о распределении населения по величине среднедушевых денежных доходов по одному из регионов РФ.

Среднедушевые денежные доходы, тыс.руб.	**Численность населения, % к итогу**
0,5 – 1,0	0,2
1,0 – 1,5	0,9
1,5 – 2,0	2,0
2,0 – 3,0	6,9
3,0 – 4,0	9,4
4,0 – 5,0	10,1
5,0 – 7,0	18,5
Свыше 7,0	52,0
Всего	**100,0**

Определите моду и медиану. Сделайте выводы.

Задание №16.

Оцените взаимосвязь между объемом реализованной продукции (X) и балансовой прибылью предприятий (Y). (Результаты вычислений округляйте до сотых.).

№ предприятия	**X, млн.руб.**	**Y, млн.руб.**
1	8	13
2	11	20
3	13	22
4	15	20
5	18	25

Задание №17.

Определите, какой размер балансовой прибыли предприятия (Y) можно ожидать, если объем реализованной продукции (X) достигнет величины 20 млн руб. или сократится до уровня 6 млн руб.

№ предприятия	**X, млн. руб.**	**Y, млн. руб.**
1	8	13
2	11	20
3	13	22
4	15	20
5	18	25

Задание №18.

Две группы экспертов проанализировали 12 проектов с точки зрения их

эффективности.
Ранжировка первой группы: 1, 3, 4, 2, 5, 6, 12, 7, 8, 9, 10, 11.
Ранжировка первой группы: 2, 3, 1, 4, 6, 5, 9, 7, 8, 10, 12, 11.
Определите согласованность мнений экспертов в группах (т.е. существует ли связь между мнениями экспертов полученных групп).

Задание №19.
При ранжировании оценок на вступительных экзаменах и средних баллов за экзаменационную сессию одних и тех же студентов получены следующие ранги.

Оценка на вступительных экзаменах и средний балл за первую экзаменационную сессию

Параметр	**Студент**									
	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З	И	К
Вступительный экзамен	2	5	6	1	4	10	7	8	3	9
Экзаменационная сессия	3	6	4	1	2	7	8	10	5	9

Проверьте наличие статистически значимой взаимосвязи между оценкой на вступительных экзаменах и средним баллом за первую экзаменационную сессию.

Задание №20.
В таблице приведены данные о динамике темпа прироста курса акции (Y) за пять месяцев:

Годы, х	0	1	2	3	4
Темп прироста, у (%)	10	8	5	3	4

На основания этих данных требуется: а) построить линейное уравнение парной регрессии; б) проверить на уровне значимости 0,05 полученное уравнение регрессии; в) дать оценку коэффициента корреляции Пирсона; г) проверить на уровне значимости 0,05 коэффициент регрессии и дать его оценку.

Задание №21.
Ежеквартальная динамика прибыли компании представлена в таблице.

Порядковый номер квартала	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Прибыль, тыс. руб.	60,1	68,2	71,9	78,4	89,8	95,1	98,3	107	111,3
Порядковый номер квартала	10	11	12	13	14	15	16	17	
Прибыль, тыс. руб.	116,8	127,3	135,1	149,7	156,6	172,3	184,1	186,2	

Требуется оценить коэффициент линейного тренда, проведя расчеты методом наименьшего квадрата. На основе полученной модели определите прогноз прибыли компании в следующем 18-м квартале, охарактеризуйте качество построенной модели.

Задание №22.

Ежеквартальная динамика прибыли компании представлена в таблице.

Порядковый номер квартала	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Прибыль, тыс. руб.	60,1	68,2	71,9	78,4	89,8	95,1	98,3	107	111,3
Порядковый номер квартала	10	11	12	13	14	15	16	17	
Прибыль, тыс. руб.	116,8	127,3	135,1	149,7	156,6	172,3	184,1	186,2	

Требуется оценить коэффициент параболического тренда, проведя расчеты методом наименьшего квадрата от условного нуля. На основе полученной модели определите прогноз прибыли компании в 18 и 19-м кварталах, охарактеризуйте качество построенной модели.

Задание №23.

По имеющимся в таблице данным о средних оптовых ценах на автомобильный бензин по РФ на летние периоды времени 2017г. определите недостающие показатели:

Месяц	Цена за 1 л, руб.	Индивидуальные индексы цен	
		цепные	базисные
Июнь	?	-	100,0
Июль	36,76	?	?
Август	?	101,4	118,4

Задание №24.

Известны следующие данные о реализации фруктов предприятиями розничной торговли округа:

Продукт	Цена за 1 кг, руб.		Товарооборот, тыс. руб.	
	июль	август	июль	август
Яблоки	30	20	143,5	167,1
Груши	40	35	38,9	45,0
Сливы	25	20	67,8	84,5

Рассчитайте сводные индексы: товарооборота; цен; физического объема реализации. Определите абсолютную величину экономии покупателей от снижения цен.

Задание №25.

Розничный товарооборот РФ в 2018г. характеризуется следующими данными:

Товары	Удельный вес в общем объеме товарооборота, % к итогу	Индекс цен
Продовольственные	36	117,1
Непродовольственные	64	112,7

Определите сводный индекс цен на потребительские товары. Сделайте выводы.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Экономика и финансы организации»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....5
III. Тематический план.....7
IV. Содержание дисциплины.....9
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....12
VI. Материально-техниническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....21
VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....21

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Экономика и финансы организации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 N 963.

Изучение дисциплины «Экономика и финансы организации» ориентировано на получение обучающимися знаний о фирме как основном субъекте предпринимательской деятельности. Она посвящена рассмотрению основных условий обеспечения экономической устойчивости фирмы, ее организационной структуры и принципов управления, модели функционирования фирмы в рыночной среде, ресурсного обеспечения (основные и оборотные средства, трудовые ресурсы), системы показателей для оценки эффективности их использования, экономических затрат и результатов деятельности (издержки производства товаров и услуг, прибыль и рентабельность, эффективность хозяйственной деятельности).

Дисциплина формирует систему базовых представлений о содержании, специфике, принципах и инструментах функционирования экономики и финансов организации.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика и финансы организации» включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Для изучения дисциплины требуются знания и навыки обучающихся по дисциплине «Финансовая грамотность», «Экономическая теория», «Цифровая экономика».

Знания по дисциплине могут использоваться для изучения дисциплин «Анализ финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия», «Стратегический менеджмент», «Ценовая политика» и другие.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цель и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Экономика и финансы организации» является формирование у обучающихся базовых знаний, теоретических основ и практических навыков в области экономики и финансов.

Задачи изучения дисциплины:

- реализация требований, установленных государственным общеобразовательным стандартом высшего профессионального образования к подготовке специалистов по вопросам экономики и

менеджмента;

- обеспечение студентов системой знаний об основах экономики и финансов организации;
- формирование навыков практического использования полученных знаний в практике организации экономической работы.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности	**ОПК-4**	**ОПК-4.1** Способен принимать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом экономики и финансов организации; осуществлять выбор средств деловой коммуникации для обоснования организационно – управленческих решений в профессиональной деятельности; формирует структуру основных показателей стратегического плана на основе стратегических целей и типа стратегии организации	экономические законы и категории; функции экономики; экономические блага, и их классификации, экономические ресурсы, факторы общественного производства; теории спроса и предложения; экономика фирмы; методы оценки активов и источников финансирования организации, методы оценки эффективности их использования; функции финансов; экономический и финансовый механизм функционирования организаций; материальные, трудовые и финансовые ресурсы	оценивать текущую финансово-экономическую ситуацию с целью выявления и формирования основных направлений развития деятельности организации; разрабатывать соответствующие проекты и обосновывать их целесообразность в рамках установленных профессиональных задач	участия в разработке программ развития организации, проведения расчётов по оценке эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций для принятия управленческих решений; применять на практике современные модели развития и управления организацией в соответствии с текущей и стратегической направленностью деятельности организации	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

			организаций.			

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма										
Тема 1. Экономические законы и категории как научная база формирования экономики организации	2		2						9	Доклад-презентация /10
Тема 2. Введение в экономику организации.	2		2	2					9	Ситуационный практикум/10
Тема 3. Организационно-технологическая модель промышленного производства.	2		4						9	Практикум по решению задач/10
Тема 4. Финансовые ресурсы организации, их содержание и источники.	2		4						8	Практикум по решению задач/10
Тема 5. Внеоборотные активы организации.	2		4						8	Практикум по решению задач/10
Тема 6. Оборотные активы организации	2		4						9	Практикум по решению задач/10
Тема 7. Экономика труда.	2		4						9	Практикум по решению задач/10
Тема 8. Затраты организации, себестоимость продукции.	2		4						8	Практикум по решению задач/10

Тема 9. Ценообразование.	1		4						9	Практикум по решению задач/10
Тема 10. Доходы и финансовые результаты организации	2		4						9	Практикум по решению задач/10
Всего:	**19**		**36**	**2**					**87**	
Контроль, час										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**									

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Экономические законы и категории как научная база формирования экономики организации

Базовые экономические понятия. Потребности, ресурсы, выбор. Экономические потребности. Экономические блага. Экономические ресурсы. Экономический выбор. Альтернативные издержки.

Характеристика рыночной системы. Достоинства рыночной системы. Недостатки рыночной системы. Потребности и платежеспособный спрос. Определение спроса. Величина спроса. Цена как решающий фактор, определяющий величину спроса. Закон спроса и закон предложения. Равновесная цена и равновесный объем.

Общее понятие конкуренции. Системообразующая роль конкуренции в рыночной экономике. Модель совершенной конкуренции как рынка полной децентрализации. Условия рынка совершенной конкуренции. Общие черты несовершенной конкуренции. Условия монополистической конкуренции.

Распространенность олигополии. Олигополия как преобладающий тип рынка в России. Крупные размеры предприятия как основной фактор ограничения конкуренции в условиях олигополии

Тема 2. Введение в экономику организации.

Понятие экономики предприятия. Объект, предмет, цели дисциплины.

Организация как юридическое лицо. Цели и принципы функционирования коммерческих организаций. Классификация организаций, организационно-правовые формы.

Экономическая модель предприятия. Внутренняя и внешняя среда организации, инфраструктура. Сферы деятельности предприятия: Маркетинг. Снабжение. Кадровое обеспечение. Производство. Сбыт. Финансы.

Экономические ресурсы организации: свободные ресурсы, трудовые ресурсы, финансовые ресурсы: деньги, ценные бумаги; материально–вещественные ресурсы; нематериальные ресурсы.

Тема 3. Организационно-технологическая модель промышленного производства.

Организационная (общая) структура организации. Производственная структура организации. Рабочее место. Стационарное рабочее место. Подвижное рабочее место. Участок. Цех. Организация цехов: технологическом типе структуры цеха, предметный тип, смешанный (предметно–технологический) тип.

Основные цехи. Вспомогательные цехи: Инструментальный цех, ремонтный цех. Непроизводственная инфраструктура организации. Производственная инфраструктура организации.

Типы организации промышленного производства. Единичное производство. Серийное производство. Массовое производство. Производственный процесс. Технологический процесс. Трудовые процессы. Принципы рациональной организации производственного процесса: специализация, пропорциональность, непрерывность, параллельность, прямоточность, техническая оснащенность, ритмичность, гибкость. Производственный цикл.

Производственная мощность предприятия. Факторы производственной мощности: количество и состав установленного оборудования, режим работы и производительность оборудования, номенклатура продукции.

Структура валовой, товарной и реализованной продукции. Специализация организаций.

Тема 4. Финансовые ресурсы организации, их содержание и источники

Финансовые ресурсы организации. Финансовые отношения организации. Функции и принципы организации финансов организации: распределительная функция, контрольная функция, воспроизводственная функция. Принципы организации финансов организации: финансовая самостоятельность, самофинансирование, контроль, материальная ответственность, заинтересованность в результатах финансово–хозяйственной деятельности**.** Финансовый механизм организации. Финансовые ресурсы: деньги, ценные бумаги

Источники формирования финансовых ресурсов. Собственный капитал: уставный капитал, добавочный капитал, резервный капитал, нераспределенная прибыль. Заемный капитал. Кредит. Банковский кредит: инвестиционный кредит, кредитная линия, овердрафт.

Тема 5. Внеоборотные активы организации.

Состав внеоборотных активов. Виды оценки основных средств. Амортизация основных средств. Внеоборотные активы: нематериальные активы; основные средства; незавершенное строительство; долгосрочные финансовые вложения.

Основные средства и основные фонды: понятие, состав и сравнение.

Виды оценки основных средств: первоначальная стоимость, восстановительная (текущая) стоимость, остаточная стоимость балансовая стоимость, амортизация основных средств, норма амортизации, период начисления амортизации, срок полезного использования, способы начисления амортизации. Показатели использования основных средств: коэффициент износа; коэффициент годности; коэффициент обновления; коэффициент выбытия, фондоотдача; фондоемкость; фондовооруженность. Воспроизводство

основных средств: простое воспроизводство, расширенное воспроизводство, реконструкция, техническое перевооружение. Нематериальные активы: состав, виды оценки, способы начисления амортизации. Объекты интеллектуальной собственности, деловая репутация организации («гудвилл»).

Тема 6. Оборотные активы организации.

Оборотные (текущие) активы: запасы, дебиторская задолженность, денежные средства. Валовые оборотные активы. Чистые оборотные активы (чистый рабочий капитал). Собственные оборотные активы.

Определение потребности в оборотных активах организации.

Нормирование: метод прямого счета, норма оборотных активов, страховой запас, норматив оборотных активов. Норма оборотных средств по незавершенному производству. Нормы запаса по готовой продукции. Показатели эффективности использования оборотных активов. Длительность одного оборота. Скорость оборота оборотных активов. Абсолютное высвобождение (экономия) оборотных активов.

Тема 7. Экономика труда

Трудовые ресурсы. Рабочая сила. Кадры организации. Персонал организации, классификация. Процесс труда. Разделение труда. Кооперация труда.

Структура рабочего времени: подготовительно–заключительное время, основное время, вспомогательное время, оперативное время, время обслуживания рабочего места.

Способы привлечения персонала и определение потребности в нем. Нормирование труда. Норма времени. Норма выработки. Норма обслуживания. Норма численности. Производительность труда. Выработка. Трудоемкость. Факторы, влияющие на производительность труда.

Организация оплаты труда: формы и способы оплаты труда, мотивация труда.

Тема 8. Затраты организации, себестоимость продукции

Издержки производства: постоянные переменные.

Затраты и расходы организации: понятие и виды. Состав затрат по учетным группа и статьям. Прямые и косвенные затраты.

Понятие и виды себестоимости продукции (услуг). Порядок формирования себестоимости: цеховая (бригадная), производственная, полная (коммерческая).

Мероприятия по снижению себестоимости.

Налогообложение организаций. Виды налогов, налогооблагаемая база.

Тема 9. Ценообразование.

Понятия цены и стоимости товара, Цена, функции цены: измерительная, стимулирующая, распределительная, учётная, регулирующая. Система цен: свободные (рыночные) цены, регулируемые цены, оптовые цены, розничные цены, постоянная цена, сезонная цена, мировые цены, внутренние (трансфертные) цены. Ценообразование. Алгоритм ценообразования. Методы ценообразования, ценовая политика, ценовая дискриминация, ценовые скидки.

Тема 10. Доходы и финансовые результаты организации

Понятие и виды доходов предприятия, их классификация. Доходы предприятия, их классификация. Прибыль: экономическое содержание, функции, классификация. Виды прибыли и взаимосвязь между ними: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистая прибыль, операционная прибыль, маржинальная прибыль, экономическая прибыль. Факторы, влияющие на величину прибыли. Качество прибыли. Планирование, распределение и использование прибыли. Точка безубыточности. Эффективность деятельности предприятия и показатели ее характеризующие.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПДИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Экономика и финансы организации» используются такие виды учебной работы, как лекции, практикумы по решению задач, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также

подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме,

обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и

инициалы выступающего;

- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 1. Экономические законы и категории как научная база формирования экономики организации	Экономический кругооборот. Общее понятие об экономических агентах (рыночных и нерыночных). Определение эластичности. Формулы эластичности. Потребительский выбор и его особенности. Полезность благ и теория потребительского поведения	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к докладу-презентации	Подготовка к защите доклада-презентации
Тема 2. Введение в экономику организации.	Свободные ресурсы, трудовые ресурсы, финансовые ресурсы: деньги, ценные бумаги; материально–вещественные ресурсы; нематериальные ресурсы. Маркетинг. Снабжение. Кадровое обеспечение. Производство. Сбыт. Финансы.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите задания по ситуационному практикуму
Тема 3. Организационно-технологическая модель промышленного производства.	Организация цехов: технологическом типе структуры цеха, предметный тип, смешанный (предметно–технологический) тип. Единичное производство. Серийное производство. Массовое производство. Специализация, пропорциональность, непрерывность, параллельность, прямоточность, техническая оснащенность, ритмичность, гибкость	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите к практикуму по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 4. Финансовые ресурсы организации, их содержание и источники.	Финансы коммерческих и некоммерческих организаций. Государственное регулирование финансов организации. Экономическая сущность и классификация капитала. Уставный капитал, добавочный капитал, резервный капитал, нераспределенная прибыль**.**	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите к практикуму по решению задач
Тема 5. Внеоборотные активы организации.	Первоначальная стоимость, восстановительная (текущая) стоимость, остаточная стоимость балансовая стоимость. Коэффициент износа; коэффициент годности. Воспроизводство основных средств: простое воспроизводство, расширенное воспроизводство, реконструкция, техническое перевооружение. Нематериальные активы: объекты интеллектуальной собственности, деловая репутация предприятия («гудвилл»).	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите к практикуму по решению задач
Тема 6. Оборотные активы организации	Валовые оборотные активы. Чистые оборотные активы (чистый рабочий капитал). Собственные оборотные активы. Метод прямого счета, норма оборотных активов, страховой запас, норматив оборотных активов. Абсолютное высвобождение (экономия) оборотных активов.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите к практикуму по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 7. Экономика труда.	Подготовительно–заключительное время, основное время, вспомогательное время, оперативное время, время Обслуживания рабочего места. Норма времени. Норма выработки. Норма обслуживания. Норма численности Формы заработной платы. Прямая сдельная оплата труда, косвенная сдельная оплата труда, сдельно–премиальная оплата, сдельно–прогрессивная оплата, аккордная оплата труда	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите к практикуму по решению задач
Тема 8. Затраты организации, себестоимость продукции.	Затраты и расходы организации: понятие и виды. Состав затрат по учетным группа и статьям. Прямые и косвенные затраты. Порядок формирования себестоимости: цеховая (бригадная), производственная, полная (коммерческая). Мероприятия по снижению себестоимости. Налогообложение организаций. Виды налогов, налогооблагаемая база.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно - коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите к практикуму по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 9. Ценообразование.	Цена, функции цены: измерительная, стимулирующая, распределительная, учётная, регулирующая. Система цен: свободные (рыночные) цены, регулируемые цены, оптовые цены, розничные цены, постоянная цена, сезонная цена, мировые цены, внутренние (трансфертные) цены. Ценообразование, ценовая политика, ценовая дискриминация, ценовые скидки.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите к практикуму по решению задач
Тема 10. Доходы и финансовые результаты организации	Доходы предприятия, их классификация. Прибыль: экономическое содержание, функции, классификация. Валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистая прибыль, операционная прибыль, маржинальная прибыль, экономическая прибыль. Факторы, влияющие на величину прибыли. Качество прибыли. Планирование, распределение и использование прибыли. Эффективность деятельности предприятия и показатели ее характеризующие.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите к практикуму по решению задач

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Экономика и финансы организации: учебник Т.С. Новашина, В.И. Карпунин, И.В. Косорукова; под ред. Т.С. Новашиной Т.С. – 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Университет «Синергия», 2020. – 336 с. (Университетская серия).

Дополнительная литература:

1.Стыров М.М. Финансовые ресурсы промышленных предприятий: теория, анализ, управление : методическое пособие / М.М. Стыров ; отв. ред. Ю.А. Гаджиев. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 163 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2164-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru

2.Фридман А.М. Финансы организации (предприятия) : учебник / А.М. Фридман. - 2-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 488 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02158-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru

2. Шатаева О.В. Экономика предприятия (фирмы) : учебное пособие / О.В. Шатаева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 129 с. : табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5153-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Вопросы экономики.	http://www.vopreco.ru/
2.	Экономика России XXI век.	http://www.ruseconomy.ru/
3.	Экономика и управление на предприятии: научно-образовательный портал.	http://www.eup.ru/
4.	Экономика современного предприятия: информационный экономический портал.	http://www.esp-izdat.ru/
5.	Экономика предприятия.	http://www.ecanomika.ru/
6.	Экономический анализ: теория и практика.	http://www.fin-izdat.ru/journal/analiz

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- специальные помещения, представляющие собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования (мультимедийный проектор, экран, ПК).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-

ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	10-9 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 8-5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 4-1 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 0 – практикум не выполнен.
2.	Ситуационный практикум	10-9 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 8-5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 4-1 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 0 – практикум не выполнен.

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
3.	Доклад-презентация	10-8 – доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался, автор отвечает на вопросы, показано владение специальным аппаратом, четкость выводов - полностью характеризуют работу 7-5 – доклад четко выстроен, демонстрационный материал использовался в докладе, доклад хорошо оформлен, но есть неточности, не может ответить на большинство вопросов, выводы нечетки 4-1 – доклад рассказывается, но не объясняется суть работы, представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно, не может четко ответить на вопросы 0- доклад-презентация не выполнен

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к практикумам по решению задач:

Задание 1.

Проектная производительность станка 8000 шт. продукции, стоимость станка 80 тыс. руб. В первый год на станке произведено 2 000 шт., во второй год 1 000 шт., в третий год на 20 % больше чем во второй год, в четвертый год в 2 раза больше чем в третий. Применяя способ списания стоимости пропорционально объему выполненных работ определить и коэффициент износа станка в конце 4-го года.

Задание 2.

По данным, приведенным в таблице определить фондоотдачу, фондоемкость и фондовооруженность труда

Показатели	Числовые значения
Выручка, тыс. руб.	22 000
Среднегодовая стоимость ОФ, тыс. руб.	5 500
Среднесписочная численность ППП, чел.	1 10

Задание 3.

Норматив оборотных средств организации – 6500 тыс. руб., годовой план реализации продукции 32 500 тыс. руб. Определить

коэффициент оборачиваемости оборотных средств и длительность одного оборота в днях.

Задание 4.

Организация производит безалкогольные напитки. Данные об объемах продаж и затратах приведены в табл.

Таблица Основные показатели деятельности организации, руб.

Показатели	Безалкогольные напитки	
	Байкал	Тархун
Объем продаж в месяц, бут	5000	4000
Цена реализации	15	12
Переменные затраты на единицу изделия, руб.	10	8
Постоянные затраты	15000	

Определить прибыль организации.

Задание 5.

Определить рентабельность продукции за три квартала на основе следующих данных (табл.) и сделать выводы:

Таблица. Исходные данные для расчета показателей рентабельности

Показатели	Ед. измерения	Квартал года		
		1	2	3
Количество выпущенных изделий	шт.	15 000	20 000	18 000
Цена одного изделия	руб.	80	80	80
Себестоимость одного изделия	руб.	60	62	58

Задание 6.

Определить материальные затраты на производство продукции имея следующие данные:

Элементы затрат	Сумма, в руб.
1.1 Сырье и основные материалы	110900
1.2 Вспомогательные материалы	7000
1.3 Топливо	8000
1.3 Энергия	6000
2. Расходы на оплату труда	27000
3. Страховые взносы – 30%	
4. Амортизационные отчисления	17000
5. Прочие затраты	10000

Задание 7.

Участник общества с ограниченной ответственностью решил выйти из общества и подал заявление об этом в апреле 2011 г. Уставной

капитал общества на момент выхода участника составлял 80 тыс. руб., а номинальная доля участника общества составляет 4 тыс. руб. Стоимость чистых активов общества составляет 12 млн.руб. Определить действительную стоимость доли выбывшего участника.

Типовые задания к ситуационному практикуму:

Тема: «Введение в экономику предприятия».

Содержание практикума (план выполнения, перечень задач):

Представьте, что Вы начинающих предприниматель, который хочет открыть свое собственное дело (предприятие) в той или иной отрасли экономики. Вам необходимо разработать организационную структуру управления предприятием, которая будет соответствовать требованиям, предъявляемым такими факторами деятельности предприятия, как его цель, стратегическая концепция, организационная модель и др. Выберите одну из представленных моделей структуры управления предприятием и распишите, исходя из потребностей Вашей компании и требований, предъявляемых к деятельности предприятия. Также приложите описание потребностей компании и требований, предъявляемых к ее деятельности

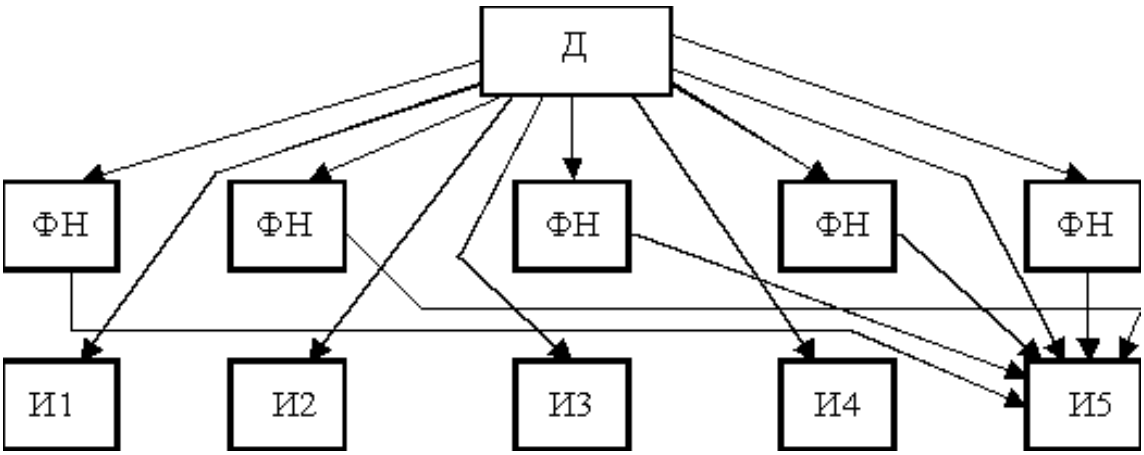


Рис. 1. Функциональная структура управления

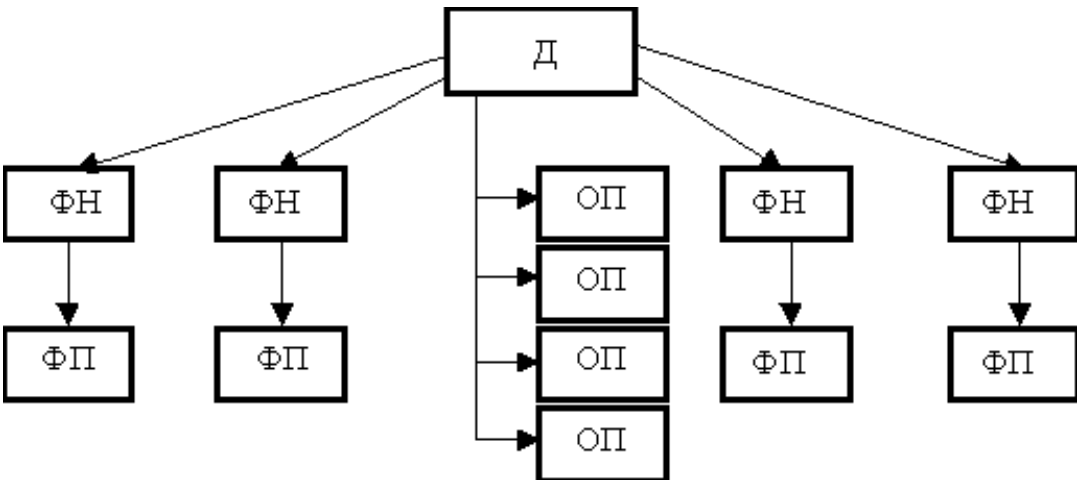


Рис. 2. Линейно – функциональная структура управления

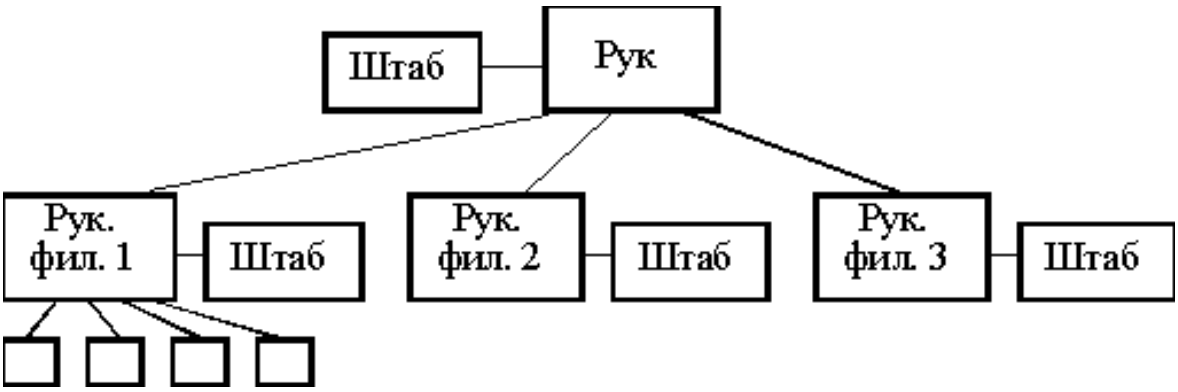
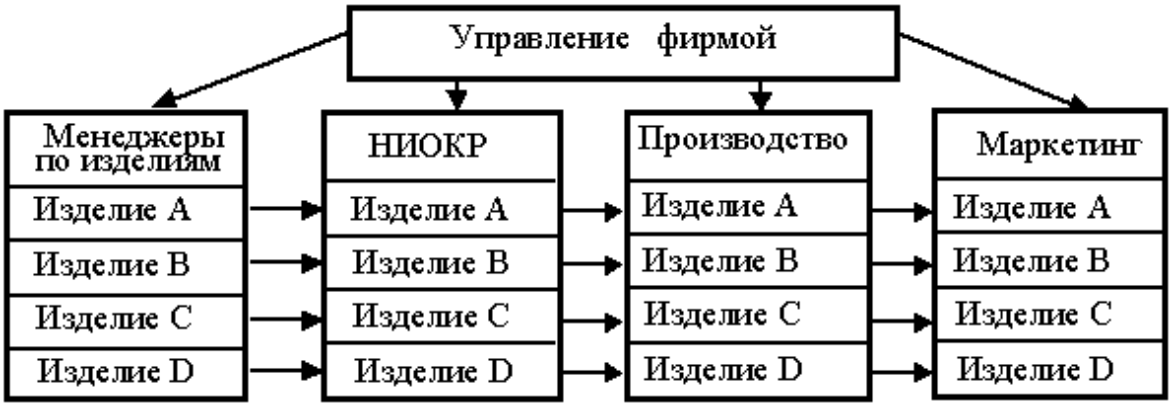


Рис. 3. Дивизиональная структура управления



Типовые темы доклада с презентацией

1. Проблема экономического выбора и кривая производственных возможностей.
2. Кривая производственных возможностей и закон возрастающих альтернативных издержек.
3. Прикладное значение кривой производственных возможностей.
4. Типы экономических систем.
5. Собственность как экономический институт. Частная собственность и ее роль в рыночной экономике. Структура современной капиталистической собственности.
6. Рынок и условия его возникновения. Основные экономические агенты рыночного хозяйства и их экономические функции.
7. Рынок как способ координации экономической деятельности. Преимущества и провалы рынка. Экономическая роль государства.
8. Сущность и условия конкуренции. Основные рыночные структуры.

9. Спрос, величина и цена спроса, функция спроса. Объяснение закона спроса. Неценовые детерминанты спроса. Индивидуальный и рыночный спрос.

10. Предложение, величина и цена предложения, функция предложения. Детерминанты предложения. Индивидуальное и рыночное предложение.

11. Рыночное равновесие. Подходы к описанию рыночного равновесия: равновесие по Вальрасу и равновесие по Маршаллу.

12. Единственность равновесия. Стабильность равновесия. Паутинообразная модель.

13. Государственное регулирование рынка товаров. Влияние налогов и дотаций на рыночное равновесие.

14. Взаимовыгодность рыночного обмена: излишек потребителя и излишек производителя.

15. Ценовая эластичность спроса и ее факторы. Дуговая эластичность спроса.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Экономика и финансы организации» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины (курса), а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание 2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности (например, задание: кейс); Задание 3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (курса) (например: решение задачи).	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **90-100 - зачтено** – ответ правильный, логически выстроен, использована историко-правовая терминология. Задачи решены правильно. Студент правильно интерпретирует полученный результат. **70 - 89 - зачтено** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована историко-правовая терминология. Ход решения задач правильный, ответ неверный. Студент в целом правильно интерпретирует полученный результат. **50-69 - зачтено** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована историко-правовая терминология. Задача решена частично. **менее 50 баллов - незачтено** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задачи не решены.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Раскройте сущность «финансов организации» как экономической категории. Какие денежные отношения относятся к финансовым отношениям?
2. Охарактеризуйте экономические ресурсы организации, произведите их классификацию.
3. Дайте понятие основным фондам организации, их материально-вещественной и стоимостной формам.
4. Дайте понятие оборотным фондам организации, их материально-вещественной и стоимостной формам.
5. Охарактеризуйте организационную и производственную структура промышленного производства.
6. Разъясните понятие финансовых ресурсов организации и источников их формирования.
7. Дайте определение категории «цена» и перечислите основные виды цен.
8. Раскройте сущность безналичных и наличных расчетов организации.
9. Охарактеризуйте трудовые ресурсы организации.
10. Раскройте сущность налогообложения организации, произведите классификацию налогов.
11. Финансы организации. Финансовые отношения организации.
12. Функции и принципы организации финансов организации: распределительная функция, контрольная функция, воспроизводственная функция.
13. Экономическая сущность и классификация капитала.
14. Собственный капитал: уставный капитал, добавочный капитал, резервный капитал, нераспределенная прибыль.
15. Заемный капитал. Кредит. Банковский кредит: инвестиционный кредит, кредитная линия, овердрафт.
16. Состав внеоборотных активов.
17. Виды оценки основных средств. Амортизация основных средств.
18. Внеоборотные активы: нематериальные активы; основные средства; незавершенное строительство; долгосрочные финансовые вложения. Воспроизводство основных средств: простое воспроизводство, расширенное воспроизводство, реконструкция, техническое перевооружение.
19. Нематериальные активы: объекты интеллектуальной собственности, деловая репутация предприятия («гудвилл»).
20. Норма оборотных средств по незавершенному производству. Нормы запаса по готовой продукции.

21. Показатели эффективности использования оборотных активов.

22. Охарактеризуйте длительность одного оборота. Скорость оборота оборотных активов.

23. Оборотные (текущие) активы: запасы, дебиторская задолженность, денежные средства.

24. Платежные документы: платежное поручение, платежное требование–поручение, инкассовое поручение, аккредитив, чек.

25. Вексельная форма расчетов. Взаимозачет. Товарообменные операции.

Задания 2 типа.

1. Охарактеризуйте особенности финансов различных организационно-правовых форм.

2. Разъясните принципы и способы финансирования деятельности организации.

3. Охарактеризуйте системы оплаты труда в организации. Каковы плюсы и минус каждой из выделенных вами систем оплаты?

4. Раскройте понятие доходности. Какими показателями измеряется доходность организации?

5. Приведите цели и порядок составления производственной программы организации.

6. Существует ли взаимосвязь между рабочим временем и производительностью труда?

7. Какими показателями измеряется эффективность использования оборотных активов?

8. С помощью каких показателей можно оценить эффективность деятельности организации?

9. Какие факторы лежат в основе определения вида используемой организации амортизационной политики ?

12. В чем сущность сдельной оплаты труда? Каковы преимущества и недостатки этой системы?

13. В какой взаимосвязи находятся операционный и финансовый циклы организации? Можно ли за счет сокращения операционного цикла сократить длительность финансового цикла и наоборот?

14. Влияет ли скорость оборачиваемости активов на величину прибыли организации?

15. Для какой цели организация определяет оптимальный остаток денежных активов и производственных запасов?

16. Согласны ли вы с утверждением, что применение нелинейного способа амортизации по сравнению с линейным, на 1-ом году срока полезного использования актива, не влияет на величину чистой прибыли? Обоснуйте ответ.

18. Согласны ли вы с утверждением, что более высокому удельному весу внеоборотных активов в составе имущества предприятия должен соответствовать больший удельный вес краткосрочных источников финансирования? Обоснуйте ответ.

19. Согласны ли вы с утверждением, что консервативная политика формирования оборотных активов ведет к увеличению прибыльности предприятия? Обоснуйте ответ.

20. Согласны ли вы с утверждением, что чистый денежный поток равен прибыли от операционной деятельности? Обоснуйте ответ.

21. Согласны ли вы с утверждением, что увеличение оттока денежных средств отрицательно повлияет на чистый денежный поток компании?

22. Пусть Тв, Тп, Та - темпы роста объемов «выручки от реализации», «прибыли», «активов» соответственно. Постройте верное неравенство, характеризующее высокую эффективность деятельности организации и качество ее бизнеса.

23. Согласны ли вы с утверждением, что товарный кредит – самый дешевый и доступный источник заемного капитала? Обоснуйте ответ.

24. Почему государство регулирует состав затрат, включаемых в себестоимость продукции? Может ли коммерческое предприятие превысить нормы командировочных расходов, определенные государством?

25. Как происходит воспроизводство основных фондов?

26. Как происходит порядок формирования себестоимости?

Задания 3 типа

Задание 1. Определите оптовую (отпускную) цену на товар, если себестоимость его выпуска – 600 руб. за единицу, приемлемая для производителя рентабельность – 20% к затратам, ставка акциза – 15%, ставка НДС – 18%.

Задание 2. Здание сборочного цеха – 1200 млн р.; здание больницы – 298 млн р.; здание общежития – 98 млн р.; здание детского сада – 36 млн р.; внутрипроизводственные дороги – 150 млн р.; производственный инвентарь – 12 млн р.; рабочие машины и оборудование – 1260 млн р.; силовое оборудование – 186 млн р.; специальное оборудование – 112 млн р.; инструмент – 84 млн р. Определить остаточную стоимость основных средств; выделить величину производственных и непроизводственных основных фондов;

рассчитать удельный вес активной и пассивной частей основных средств.

Задание 3. Определите величину производственной мощности цеха (*M*) и уровень ее использования, если известно, что: в цехе работает 40 станков; годовой выпуск продукции 115 500 изделий; режим работы двухсменный; продолжительность смены – 8 ч; число рабочих дней в году – 258; регламентированные простои оборудования – 4% режимного фонда времени; норма времени на обработку одного изделия – 1,2 ч.

Задание 4. Смирнов И.С. получил годовой доход в сумме 278000 рублей. С января по май ему полагался стандартный вычет (400 руб). В августе Смирнов оплатил за свое обучение векселем на сумму 27000 рублей. Рассчитать НДФЛ Смирнова.

Задание 5. Акционерное общество имеет уставный капитал на сумму 800 тыс. руб. и минимальный размер резервного фонда. По итогам хозяйственной деятельности чистые активы составили 750 тыс. руб., а чистая прибыль – 120 тыс. руб. Определить возможную сумму, направляемую на выплату дивидендов.

Задание 6. Швейное предприятие реализует магазину партию из 40 изделий на сумму 22 000 руб., включая НДС на сумму 3667 руб. При этом израсходованные при пошиве ткани, отделочные материалы, фурнитура были приобретены швейным предприятием у поставщиков на сумму 7000 руб., включая НДС – 1167 руб.

Определите:

a. добавленную на швейном предприятии стоимость в расчете на единицу продукции в сумме;

b. сумму НДС в рублях, которая должна быть перечислена в бюджет;

c. НДС, перечисленный в бюджет, в процентах к добавленной стоимости.

Задание 7. Определите годовую сумму амортизационных отчислений и норму амортизации на основе следующих данных:

- стоимость оборудования в момент приобретения 25 тыс. руб.;
- срок службы 10 л.;
- затраты на модернизацию за амортизационный период, 3 тыс. руб.;
- остаточная стоимость оборудования, 1,5 тыс. руб.

1. По данным, приведенным в табл. 1, определите плановую и отчетную фондоотдачу, фондоемкость, фондовооруженность. Дайте оценку эффективности использования ОПФ.

Таблица 1.

Показатели	План	Отчет
Выпуск продукции, тыс. руб.	300	315
Среднегодовая стоимость ОПФ, тыс. руб.	120	125
Численность работающих, человек	100	90

Задание 8. Определите коэффициент сменности оборудования (*К*см), коэффициент загрузки оборудования (*К*загр), коэффициент использования сменного режима работы оборудования (*К*см.р) при следующих условиях: количество станков, установленных в цехе, – 430; предприятие работает в двухсменном режиме; в первую смену работает 415 станков, во вторую – 410; продолжительность смены – 8 ч.

Задание 9. На основании приведенных данных рассчитать коэффициенты износа, ввода, выбытия, годности основных фондов.

b. Стоимость основных фондов на начало года, млн р. 75 321;
c. Износ основных фондов, млн р. 28 329;
d. Введено в действие основных фондов на конец года (всего) 1058;
e. Выбыло основных фондов на конец года, млн р. 2334.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4

III. Тематический план.....6

IV. Содержание дисциплины.....6

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....8

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....11

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....12

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Информационные технологии в профессиональной деятельности» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» ориентирована на получение обучающимися системы знаний в области теории и практики применения современных информационных технологий и программных средств при решении профессиональных задач в сфере торгового дела.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у студентов базовой системы знаний о задачах, возможностях информационных технологий, и навыков, необходимых для эффективного выполнения профессиональных задач и дальнейшего профессионального и личностного развития в предметной области.

Задачи изучения дисциплины:

- раскрытие сущности и содержания основных понятий и категорий теории информационных технологий;
- изучение конфигурации и классификации информационных систем и технологий;
- изучение рынка информационных систем и технологий предметной области;
- обучение созданию простейших АРМ предметной области на основе офисных программ;
- изучение интернет-сервисов, применяемых в предметной области;

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	**ОПК-5**	**ОПК-5.1** Использует информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач	современные информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач в сфере торгового дела	применять необходимые информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач в сфере торгового дела	применения информационных технологий и программных средств для решения профессиональных задач в сфере торгового дела	Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Тестирование Самостоятельная работа
		ОПК-5.2 Администрирует программные средства для решения профессиональных задач	методы администрирования программных средств для решения профессиональных задач в сфере торгового дела	использовать современные технологии администрирования программных средств для решения профессиональных задач в сфере торгового дела	администрирования программных средств для решения профессиональных задач в сфере торгового дела	
		ОПК-5.3 Разрабатывает программные средства	методы и правила разработки программны	использовать современные	разработки программных средств для решения	

		для решения профессиональных задач	х средств для решения профессиональных задач в сфере торгового дела	технологии разработки программных средств для решения профессиональных задач в сфере торгового дела	профессиональных задач в сфере торгового дела	

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.1 Знает принципы работы современных информационных технологий и программных средств. ОПК-6.2 Использует современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Информационные технологии и информационные системы	4					4				20	Лабораторный практикум №1 /8 Лабораторный практикум №2 /8
Тема 2. Информационные технологии обработки данных	10					10				20	Лабораторный практикум №3 /10 Лабораторный практикум №4 /10
Тема 3. База данных как основа информационной системы	12					12				20	Лабораторный практикум №5 /12 Лабораторный практикум №6 /12
Тема 4. Телекоммуникационные технологии в профессиональной деятельности	6					6				20	Лабораторный практикум №7 /10 Лабораторный практикум №8 /10 Итоговое тестирование по темам 1-4/20
Всего:	**32**					**32**				**80**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**180**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**5**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Информационные технологии и информационные системы

Основные понятия информационных процессов и информационных технологий. Эволюция информационных технологий. Классификация информационных технологий. Компоненты информационных технологий.

Определение, классификация и состав информационных систем. Архитектура информационных систем.

Тема 2. Информационные технологии обработки данных

Технологии работы с текстовыми данных с использованием MS Word: технология формирования документов (ввод, классификации, сортировка, преобразование, размещение, поиск и выдача информации пользователям в нужной формате), технология обработки данных (включение в документ разнородной информации – текста, изображений, структурирование и объединение информации, передача, внесение изменений и др.)

Технология обработки данных с использованием табличного редактора MS Excel: создание/сохранение табличного файла, создание и редактирование таблиц, ввод и редактирование данных в ячейки таблицы, встраивание в таблицу различных элементов и объектов, использование листов, форматирование и связь таблиц, обработка табличных данных с использованием формул и специальных функций, построение диаграмм и графиков, аналитическая обработка данных.

Тема 3. База данных как основа информационной системы.

Определение и назначение баз данных. Понятие о базе данных и системе управления базами данных (СУБД). Области применения баз данных. Основные объекты базы данных. Структура базы данных. Режимы работы. Ключевое поле. Сортировка информации, фильтры. Организация поиска и выполнение запроса в базе данных. Выделение сущностей. Построение схем данных. Понятие фильтра и выборки. Формирование отчетов. Информационная модель данных и ее состав. Основные понятия реляционных БД. Типы взаимосвязей в модели данных. Проектирование БД.

Тема 4. Телекоммуникационные технологии.

Основные понятия и средства телекоммуникационных технологий.

Основные виды телекоммуникационных технологий: Интернет, мобильная связь, сети передачи данных, спутниковые системы связи, цифровое и аналоговое телевидение, телефонная связь, электронный банкинг.

Поиск информации с использованием Интернет-технологий. Угрозы информационной безопасности при работе с сетевыми продуктами и методы защиты.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Порядок проведения практикума.

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума (при необходимости).

Выполнение заданий практикума.

Подготовка отчета о выполненных заданиях в соответствии с требованиями.

Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать

технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии (при необходимости).

Требования к оформлению результатов практикумов (отчет)

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

Методические указания для обучающихся по выполнению итогового тестирования

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию,

монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Информационные технологии и информационные системы	Изучение бизнес-процессов работы организации в предметной области	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму	Лабораторный практикум Итоговое тестирование
Тема 2. Информационные технологии обработки данных	Применение макросов для автоматизации рутинных действий.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму	Лабораторный практикум Итоговое тестирование
Тема 3. База данных как основа информационной системы	Информационная модель данных и ее состав. Проектирование БД.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму	Лабораторный практикум Итоговое тестирование
Тема 4. Телекоммуникационные технологии	Структурообразующее оборудование Правовое регулирование в информационной сфере.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному	Лабораторный практикум Итоговое тестирование

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
		практикуму	

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Плотникова Н.Г. Информатика и ИКТ: учебное пособие. – М.:РИОР, 2017. – 124с.

Дополнительная литература

1. Канивец Е.К. Информационные технологии в профессиональной деятельности. Курс лекций: учебное пособие / Е.К. Канивец; Министерство образования и науки Российской Федерации. - Оренбург: ОГУ, 2015. - 108 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7410-1192-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

2. Мартиросян К.В. Интернет-технологии: учебное пособие / К.В. Мартиросян, В.В. Мишин; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь: СКФУ, 2015. - 106 с.: ил. - Библиогр.: с. 98-100; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

3. Шандриков, А. С. Информационные технологии : учебное пособие / А. С. Шандриков. – 3-е изд., стер. – Минск : РИПО, 2019. – 445 с. : ил., табл.– Библиогр.: с. 426-430. – ISBN 978-985-503-887-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».	http://www.termika.ru/dou/docs/detail.php?ID=1527
2.	Федеральный закон от 6 апреля 2011 г. N 63-ФЗ «Об электронной цифровой подписи» (в замен ФЗ от 10 января 2002 г. N 1-ФЗ, с изменениями на 01 и 2011 г.).	http://www.edou.ru/enc/docs/detail.php?ID=6501
3.	Сайт для менелжеров по продажам	http://www.saler.ru
4.	Сайт компании 1С	http://www.1c.ru
5.	Сайт компании КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru
6.	Сайт профессиональных бухгалтеров	http://www.klerk.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Лабораторный практикум 1,2	8-7 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 6-5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 4-3 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 2 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.
2.	Лабораторный практикум 3, 4, 7, 8	10-8 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 7-5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы;

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		4-3 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 2 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.
3.	Лабораторный практикум 5, 6	12-10 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 9-7 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 6-4 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 3 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.
4.	Итоговое тестирование	20-16 – обучающийся решил правильно все тестовые задания либо менее 100% тестовых заданий, но более 75%. 15-11 – обучающийся решил правильно менее 75% тестовых заданий, но более 50%. 10-6 – обучающийся решил правильно менее 50% тестовых заданий, но более 25%. 5 – обучающийся решил правильно менее 25% тестовых заданий.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к лабораторным практикумам

Тема 1. Информационные технологии и информационные системы

Лабораторный практикум № 1

Информационные процессы и информационные технологии

Содержание практикума (план выполнения, перечень задач)

Задание 1. Опишите бизнес-процессы работы организации в предметной области. Результаты представить в виде таблице.

№ п/п	Название бизнес процесса	Содержание бизнес процесса
1		
…		

Задание 2. Опишите информационные технологии, которые используются в выбранной предметной области. Результаты представить в виде таблице.

№ п/п	Название информационные технологии	Описание информационной технологии
1		
…		

Задание 3. Подготовить отчет по проведенному анализу.

Лабораторный практикум № 2

Информационная система как средство реализации информационных технологий.

Содержание практикума (план выполнения, перечень задач)

1. Найдите в Интернете описание трех компаний, принадлежащих одной предметной области

2. Ознакомьтесь с деятельностью компании. Сформулируйте, в чём заключается:

- основная деятельность компании.
- опишите задачи и цели бизнеса.
- выделите основные бизнес процессы компании в соответствие с характером ее деятельности. Опишите подробно каждый бизнес процесс, указав задачи, которые решаются в рамках данного бизнес процесса.
- для выделенных бизнес процессов определите цели их автоматизации.
- выберите классы информационных систем, которые необходимы для автоматизации выделенных бизнес процессов. Обоснуйте свой выбор, показав соответствие функций, свойственных системам выбранных классов и задач, которые решаются в рамках выделенных бизнес процессов.

3. Выберите наиболее подходящую по функциональности систему для автоматизации предприятия.

4. Составьте отчёт о выполненной работе по следующему плану:

Титульный лист

Оглавление

1. Основная деятельность компании заключается в:

2. Цели и задачи бизнеса

Цель	**Задачи**

3. На предприятии существуют следующие бизнес процессы:

№ п/п	**Название бизнес процесса**	**Содержание бизнес процесса**

4. Цели автоматизации выделенных бизнес процессов на предприятии

Название бизнес процесса	**Цели, направленные на достижения прямого эффекта**	**Цели, направленные на достижения косвенного эффекта**

5. Вывод о выборе системы для автоматизации описанной деятельности.

Тема 2. Информационные технологии обработки данных

Лабораторный практикум №3

Технологии работы с текстовыми документами с использованием MS Word

Содержание практикума (план выполнения, перечень задач)

Практикум выполняется в текстовом редакторе MS Word.

Задание 1.Создание, общее форматирование, сохранение документа MS Word: изучить функциональные возможности текстового процессора MS, создать и отредактировать созданный текстовый документ.

Задание 2. Форматирование текстового документа. Работа с колонтитулами: изучить возможности текстового процессора MS Word по форматированию текстовых документов.

Задание 3. Сложное форматирование текстового документа

Задание 4 Работа с таблицами: приобретение практических навыков по

созданию и форматированию таблиц в текстовом редакторе в MS Word.

Задание 5. Работа с графикой: создание и редактирование графических объектов в текстовых документах в MS Word.

Задание 6. Формулы в Word: приобретение навыков практической работы по созданию и редактированию математических формул.

Задание 7. Найти рекламы торговой организации на иностранном языке. Используя отсканированный текст рекламы, переведите его в электронный вид, используя онлайн-сервис

Задание 8. Переведите введенный текст, используя онлайн-переводчик.

Задание 9. Отредактируйте переведенный текст и оформите в виде текстового документа в Word.

Задание 10. Подготовьте отчет в MS Word. В отчет включить рисунки со скринами поэтапного выполнения заданий.

Лабораторный практикум №4

Технология обработки данных с использованием табличного редактора MS Excel

Содержание практикума (план выполнения, перечень задач)

Задание 1. Основы работы с электронной таблицей MS Excel: создать и оформить электронную таблицу, ввести в нее данные, используя возможности автозаполнения.

Задание 2: Формулы в MS Excel: используя формулы, подсчитать суумы и средние арифметические по строкам и столбцам таблицы, изучить копирование формул и использование в формулах относительной и абсолютной ссылки, функция Автосумма.

Задание 3: Встроенные функции в MS Excel: отработать практические навыки по применению функций категории Статистические, Финансовые, Математические, Логические, Дата и время.

Задание 4: Построение и форматирование графиков разных типов по заполненной таблице. Использование легенды в MS Excel.

Задание 5: Построение и форматирование диаграмм в MS Excel по заполненной таблице.

Задание 6: Приобрести и закрепить практические навыки по созданию базы данных в MS Excel, сортировке и фильтрации записей.

Задание 7. Подготовьте отчет в MS Word. В отчет включить рисунки со скринами поэтапного выполнения заданий.

Тема 3. База данных как основа информационной системы

Лабораторный практикум №5

Технологии работы с базами данных с использованием СУБД MS Access. Создание БД. Ввод информации в БД

Содержание практикума (план выполнения, перечень задач)

Практикум выполняется в СУБД Access.

Задание 1. Опишите основные бизнес-процессы выбранной предметной области.

Задание 2. Спроектируйте модель БД.

Задание 3. По спроектированной модели выполните реализацию в MS Access.

Задание 4. Создайте схему данных и свяжите созданные таблицы, сохраняя целостность данных.

Задание 5. Заполните таблицы произвольными данными.

Задание 6. Подготовьте отчет в MS Word. В отчет включить рисунки со скринами поэтапного выполнения заданий.

Лабораторный практикум № 6

Технологии работы с базами данных с использованием СУБД MS Access. Работа с таблицами, запросами, отчетами.

Содержание практикума (план выполнения, перечень задач)

Практикум выполняется в СУБД Access

Используя БД, созданную в ЛП5, выполнить следующие задания:

Задание 1. Создайте формы для удобного ввода информации(по каждой таблице реализовать функции ввода, корректировки и удаления информации).

Задание 2. Разработайте запросы по вашей теме (не менее 6 запросов различных типов)

Задание 3. Разработайте отчеты (продублировав запросы.)

Задание 4. Подготовьте отчет в MS Word. В отчет включить рисунки со скринами поэтапного выполнения заданий.

Тема 4. Телекоммуникационные технологии

Лабораторный практикум № 7

Проектирование и построение локальной сети предприятия/организации

Содержание практикума (план выполнения, перечень задач)

Организация «*» планирует открыть представительство в городе N. Спроектируйте и нарисуйте физическую и логическую структуры компьютерной сети. Для построения схем физической и логической структуры использовать MS Visio.

Новый офис должен отвечать следующим требованиям:

Варианты заданий:

Вариант 1

15 сотрудников, 10 рабочих мест, 2 МФУ. 1 Сервер приложений (1С), 1 сервер баз данных (MS SQL). 1 файловый сервер с отдельным дисковым накопителем под резервное копирование данных. 1 выделенный канал от местного интернет-провайдера.

Вариант 2

15 сотрудников, 20 рабочих мест (5 гостевых для клиентов), 3 МФУ. 1 Сервер приложений (1С), 1 файловый сервер с отдельным дисковым накопителем под резервное копирование данных. 1 выделенный канал от местного интернет-провайдера.

Вариант 3

35 сотрудников, 30 рабочих мест, 2 принтера, гостевая беспроводная сеть для посетителей. 1 прокси-сервер для учета посещений пользователями интернет-ресурсов, 1 файловый сервер с отдельным дисковым накопителем под резервное копирование данных. 2 выделенных канала от местных интернет-провайдеров.

Вариант 4

10 сотрудников, 10 рабочих мест (5 из них — call-центр), 1 МФУ. 1 voip-телефонии, 1 файловый сервер с отдельным дисковым накопителем под резервное копирование данных. 2 выделенных канала от местных интернет-провайдеров.

Вариант 5

12 сотрудников (удаленная бухгалтерия и финансовый отдел), 12 рабочих мест (2 помещения — 7 мест в бухгалтерии, 5 мест — в финансовом отделе), 2 МФУ. 1 Сервер приложений (1С), 1 сервер баз данных (MS SQL). 1 сервер voip-телефонии. 1 выделенный канал от местного интернет-провайдера.

Под физической топологией понимается конфигурация связей, образованных отдельными частями кабеля, а под логической — конфигурация информационных потоков между компьютерами сети.

Во многих случаях физическая и логическая топологии сети совпадают.

Под физической инфраструктурой сети подразумевают ее топологию, то есть физическое строение сети со всем ее оборудованием: кабелями, маршрутизаторами, коммутаторами, мостами, концентраторами, серверами и узлами. К физической инфраструктуре также относятся транспортные технологии: Ethernet. 802.11b, коммутируемая телефонная сеть обшего пользования (PSTN), ATM

Логическая инфраструктура сети состоит из всего множества программных элементов, служащих для связи, управления и безопасности узлов сети, и обеспечивает связь между компьютерами с использованием коммуникационных каналов, определенных в физической топологии. Примеры элементов логической инфраструктуры сети: система доменных имен (Domain Name System. DNS), сетевые протоколы, например TCP/IP. сетевые клиенты, например Клиент для сетей NetWare (Client Service for NetWare), а также сетевые службы, например Планировщик пакетов качества службы (QoS) |Quality of Service (QoS) Packet Scheduler].

Лабораторный практикум №8

Работа с электронной почтой.

Содержание практикума (план выполнения, перечень задач)

Задание 1. Найти информацию по 3 почтовым системам.

Задание 2. Провести анализ почтовых систем по критериям (критерии определяются самостоятельно):

a) стоимости,
b) функционалу,
c) сложности развертывания системы в локальной сети
d) и т.д. (остальные критерии определяются самостоятельно)

Задание 3. Подготовить отчет по выполненной работе.

Таблица 1

Анализ почтовых систем

Критерий оценки	Название ПС1	Название ПС2	Название ПС3	Комментарий
1. Стоимость				
2. Функционал				
……				

Итоговое тестирование

Тема 1. Информационные технологии и информационные системы

1. Термин «Информация» это …

а) сведения, передаваемые одними людьми другим людям устным, письменным или другим способом, а также сам процесс передачи или получения таких сведений.

б) это сведения об объектах и явлениях окружающей среды, их параметрах, свойствах и состоянии, которые уменьшают имеющуюся о них степень неопределенности, неполноты знаний

в) Сведения, факты, показатели, выраженные как в числовой, так и любой другой форме

2. Общество, в котором большинство работающих людей связано с производством, хранением, переработкой, продажей и обменом информацией, называется

а) индустриальным обществом;
б) постиндустриальным обществом;
в) гражданским обществом;
г) **информационным обществом**
д) демократическим обществом.

3. Расставьте в правильной последовательности элементы материального мира, необходимые для обмена информацией, ее преобразования и передачи:

а) приемник
б) канал связи
в) источник информации
г) получатель информации
д) передатчик

Ответ: в, д, б, а, г

4. Термин «Технология» – это …

а) совокупность методов и инструментов для достижения желаемого результата; способ преобразования данного в необходимое

б) связь между входным и выходным действием
в) осознанное переведение объекта из одного состояния в другое.

5. Информационная технология – это …

а) совокупность методов, производственных процессов и программно-технических средств, объединенная технологическим процессом и обеспечивающая сбор, хранение, обработку, вывод и распространение информации для снижения трудоемкости процессов использования информационных ресурсов, повышения их надежности и оперативности

b) совокупность методов, способов и приемов, применяемых для получения определенного вида продукции

c) это сведения об объектах и явлениях окружающей среды, их параметрах, свойствах и состоянии, которые уменьшают имеющуюся о них степень неопределенности, неполноты знаний

6. Сообщение – это …

а) форма представления информации в виде речи, текста, изображения, цифровых данных, графиков, таблиц и т. п. для ее передачи.

б) форма представления информации в виде речи

7. Данные – это

а) любая информация, которую можно хранить, обрабатывать, передавать

б) **информация, представленная в формализованном виде, что обеспечивает ее хранение, обработку и передачу.**

8. Свойства информации – это…

а) неиссякаемость

б) запоминаемость

в) **передаваемость**

г) изменяемость

д) преобразуемость

е) воспроизводимость

9. Репрезентативность информации это –

а) доступность

б) объективность

в) достоверность

10. Понятия «данные» и «информация»

а) полностью тождественны

б) информация- это обработанные данные

в) данные - это обработанная информация

11. Формализация данных – это

а) приведение данных, поступающих из одного источника, к форме, необходимой пользователю

б) приведение данных, поступающих из разных источников, к одинаковой форме

12. Установите соответствие:

1 - Актуальность информации	А - достаточность данных для принятия решения
2 - Полнота информации	Б - степень её соответствия реальному состоянию дел
3 - Доступность информации	В - степень соответствия информации текущему моменту времени
4 - Адекватность информации	Г - мера возможности получить информацию

Ответ: 1-В, 2-А, 3-Г, 4-Б

13. Назовите основные процессы обработки информации.

Ответ: получение, передача, преобразование, хранение, использование.

14 На каком этапе развития информационных технологий начали применяться персональные ЭВМ?

а) на 1-м этапе
б) на 2-м этапе
в) на 3-м этапе
г) на 4-м этапе
д) еще не начали

15 Способ организации технологического процесса зависит от обработки экономической информации?

а) Нет
б) Да

16 В двоичной записи десятичного числа 519 … знаков…

а) 8
б) 9
в) 10
г) 15

17 Преобразование непрерывных изображений и звука в набор дискретных значений в форме кодов называют -

а) кодированием;
б) декодированием;
в) дискретизацией;
г) информатизацией.

18 Сколько бит содержится в 1 байте?

Ответ: 8 бит.

19 Установите соответствие:

1 - Декодирование	А - преобразование данных из двоичного кода в форму, понятную человеку.
2 - Кодирование	Б - преобразование входной информации в форму, воспринимаемую компьютером, т.е. двоичный код.

Ответ: 1-А, 2-Б.

20 К инструментарию механических технологий относится:

а) Бумага, пер, чернильница
б) Пишущая машинка, телефоны,
в) Диктофоны, арифмометры
г) Большие ЭВМ, электрические пишущие машины, ксероксы
д) Большие ЭВМ и информационные поисковые системы

21 Способность современной компьютерной техники запоминать, сохранять, структурировать, сортировать и находить большие объемы информации называется:

а) Моделизирующая
б) Транспьютерная
в) Моделизирующая
г) Деструктивная

22 Расположите в порядке возрастания единицы измерения информации:

а) эксабайт
б) гигабайт
в) бит
г) килобайт
д) йоттабайт
е) терабайт
ж) мегабайт
з) байт
и) зеттабайт
к) петабайт

Ответ: в, з, г, ж, б, е, к, а, и, д,

Тема 2. Информационные технологии обработки данных

1. Ввод и редактирование текста, поиск правовых документов, редактирование графики являются …

а) информационными системами

б) информационными технологиями

в) предметными технологиями

г) базовыми технологиями

2. В Excel сразу за столбцом Z следует столбец …

а) AA

б) ZA

в) Z1

г) A1

3. ###### в Excel означает, что …

а) введена неверная формула

б) допущена опечатка

в) ячейка слишком узкая

4. Номер страницы в документе MS Word располагается …

а) всегда внизу текста справа

б) всегда внизу текста в центре

в) всегда вверху текста справа

г) только в колонтитуле, в любом его месте

д) на поле или в колонтитуле

5. К основным функциям редактирования текста следует отнести

а) выделение фрагментов текста

б) установку межстрочных интервалов

в) ввод текста, коррекцию, вставку, удаление, копирование, перемещение

г) установку параметров страницы

6. Программное обеспечение подразделяется на системное, инструментальное и …

а) специальное

б) потребительское

7. Абзац – это…

а) выделенный фрагмент текста, подлежащий форматированию

б) фрагмент текста, начинающийся с красной строки

в) фрагмент текста, процесс ввода которого заканчивается нажатием клавиши Enter

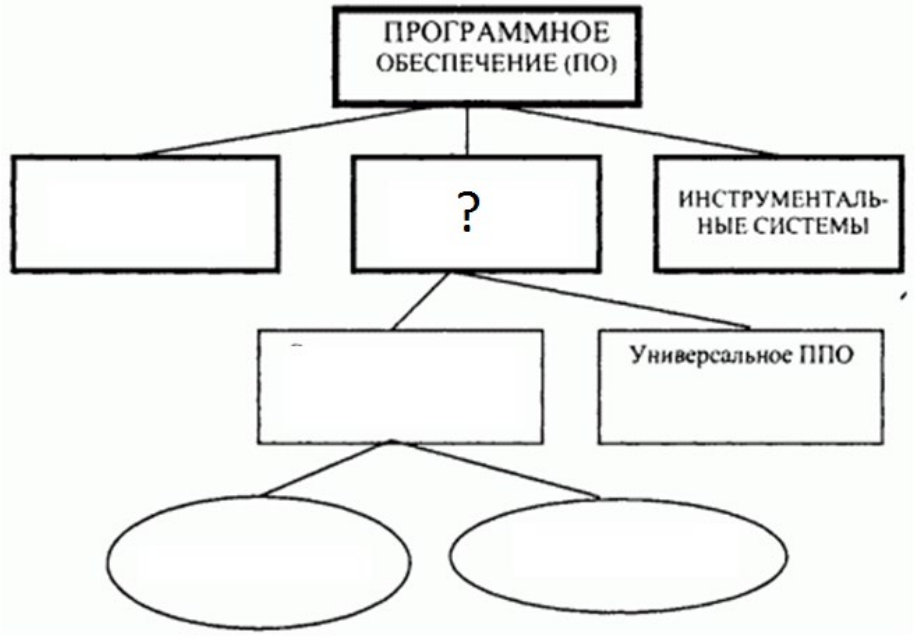
8. Строка меню текстового процессора содержит …

а) имена команд для работы с окнами

б) панели инструментов с заданными командами
в) имена групп команд по функциональному признаку

9. Неверно, что … можно отнести к инструментарию ИТ: …
а) программа MS Access
б) электронные таблицы
в) программа «1С»
г) программа «Статистика»

10. В схеме классификации программного обеспечения вопросительный знак обозначает ……



а) Системное программное обеспечение
б) Специальное программное обеспечение
в) Потребительское программное обеспечение
г) Прикладное программное обеспечение

11. Установите соответствие ПО поколениям ЭВМ:

Поколения ЭВМ	Характерное ПО
1	А - ФОРТРАН, АЛГОЛ. КОБОЛ
2	Б - экспертные системы, БЗ, системы параллельного программирования
3	В - машинные коды, автокоды, АССЕМБЛЕР
4	Г - языки высокого уровня, ППП,СУБД, САПР

Ответ: 1 – В, 2 – А, 3 – Г, 4 – Б.

12. Расположите в правильной последовательности фазы процесса принятия решения:

а) генерация альтернатив
б) постановка задачи
в) выбор критерия
г) анализ альтернатив
д) анализ информации
е) выдача решения
ж) выбор одной из альтернатив

Ответ: д, б, а, в, г, ж, е

13Файл – это…

а) совокупность индексированных переменных;
б) объект, характеризующихся именем, значением и типом;
в) элементарная информационная единица, содержащая последовательность байтов и имеющая уникальное имя;
г) совокупность фактов и правил.

14 Для хранения файлов, предназначенных для общего доступа пользователей сети, используется …

а) файл-сервер;
б) рабочая станция;
в) клиент-сервер;
г) коммутатор.

15 Расположите в правильной последовательности фазы процесса преобразования информации в данные:

а) подготовка и контроль
b) сбор информации
c) ввод информации

Ответ: б, а, в

Тема 3. База данных как основа информационной системы

1. Совокупность объектов, обладающих одинаковым набором свойств, называется… (Ответ дать в именительном падеже единственном числе)

Ответ: Класс объектов

2. К стадии Инфологического (концептуального) проектирования относятся следующие из перечисленных ниже работ:

а) реализация ограничений целостности в среде целевой СУБД
б) описание логической структуры базы данных
в) определение типа связей между объектами предметной области

3. В ER-модели отображаются:

а) реализация ограничений целостности в среде целевой СУБД

б) описание логической структуры базы данных

в) определение типа связей между объектами предметной области

4. К стадии Инфологического (концептуального) проектирования относятся следующие из перечисленных ниже работ:

а) описание ограничений целостности

б) описание логической структуры базы данных

в) описание алгоритмических зависимостей показателей

5. Понятия «Инфологическое моделирование» и «ER-моделирование»:

а) являются синонимами

б) Понятия «Инфологическое моделирование» и «ER-моделирование» относятся к разным этапам проектирования

в) Понятие «Инфологическое моделирование» шире понятия «ER-моделирование»

г) Понятие «ER-моделирование» шире понятия «Инфологическое моделирование»

6. Преимуществами использования ER-модели при проектировании баз данных являются:

а) простота моделирования

б) наглядность модели

в) строгая методология проектирования

7. В Институте возможны перечисленные ниже ситуации:

1. студент может одновременно учиться на нескольких специальностях, при этом он зачислен соответственно в несколько разных групп

2. студент может обучаться экстерном или дистанционно, при этом он не зачислятся в группу

Какой тип связи будет между объектом «Группа» и «Студент»:

а) 1:1

б) 1:M

в) M:1

г) M:M

8. На предприятии имеются цеха, каждый из которых содержит несколько участков. Каждый цех имеет название и номер. Номера цехов – от 1 до N. Участки нумеруются в пределах каждого цеха. Некоторые цеха могут не иметь в своем составе участков. Участок всегда принадлежит какому-либо цеху. Какой класс членства объектов «Цех» в связи «Цех» - «Участок»?

Ответ: необязательный

9. Преподаватель может владеть одним или несколькими Предметами. Предметом владеют один или несколько преподавателей.

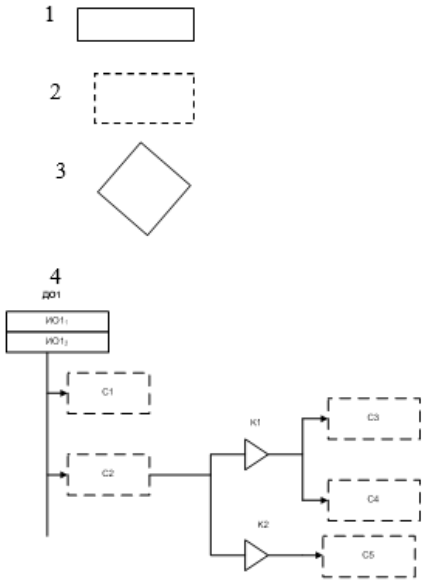
Тип связи между объектом «Преподаватель» и «Предмет»:

а) 1:1
б) 1:M
в) M:1
г) M:M

10. В таблицу, приведенную ниже

ПОНЯТИЕ	**НОМЕР ГРАФИЧЕСКОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ**
1 простой объект	
2 составной объект	
3 агрегированный объект	
4 обобщенный объект	
5 простое свойство	

Поставьте соответствующий номер графического обозначения:



Ответ:

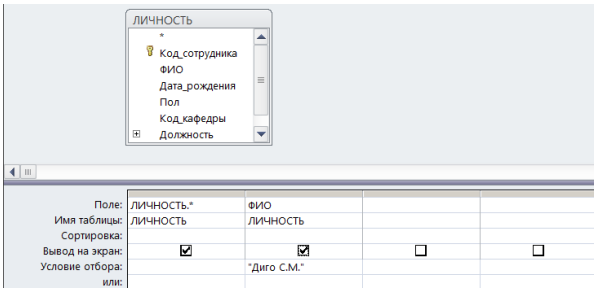
ПОНЯТИЕ	НОМЕР ГРАФИЧЕСКОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ
1 простой объект	**1**
2 составной объект	
3 агрегированный объект	**3**
4 обобщенный объект	**4**
5 простое свойство	**2**

11. Расположите в правильной последовательности основные процессы обработки информации в БД:

а) преобразование
б) использование
в) передача
г) получение,
д) хранение

Ответ: гвадб

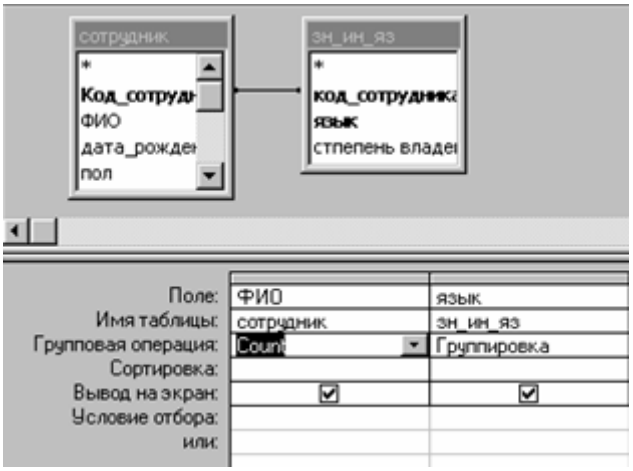
12. На рисунке изображен запрос (в Access)



Число полей в ответе будет равно:

а) 5
б) 6
в) 7
г) 8

13. Приведенный запрос:



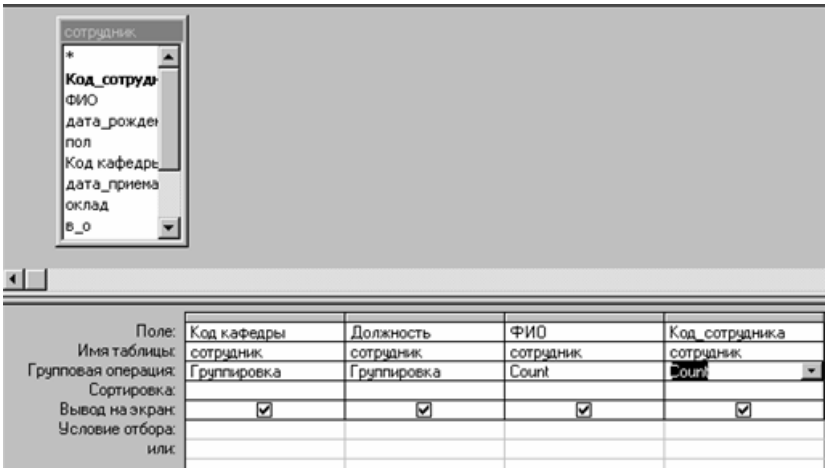
а) определяет, сколько языков знает каждый сотрудник

б) определяет, сколько сотрудников знает каждый язык

в) содержит ошибки и выполнен не будет

г) будет выполнен некорректно

14. На рисунке изображен запрос (в Access)



В результате выполнения запроса:

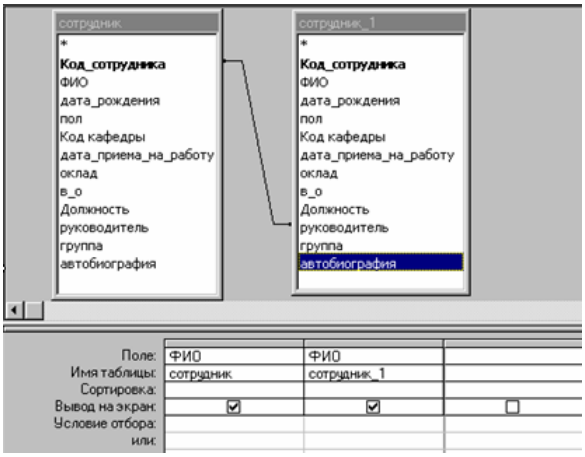
а) **данные в третьей и четвертой колонке ответа будут одинаковыми**

б) данные в третьей и четвертой колонке ответа будут одинаковыми, если отсутствуют однофамильцы

в) по полю ФИО вообще нельзя выполнять подсчет, так как оно имеет текстовый тип

г) без информации о том, какой тип имеет поле «Код сотрудника» нельзя ответить на вопрос, правильно ли построен запрос

15. На рисунке изображен запрос (в Access):



Приведенный запрос содержит ошибки:

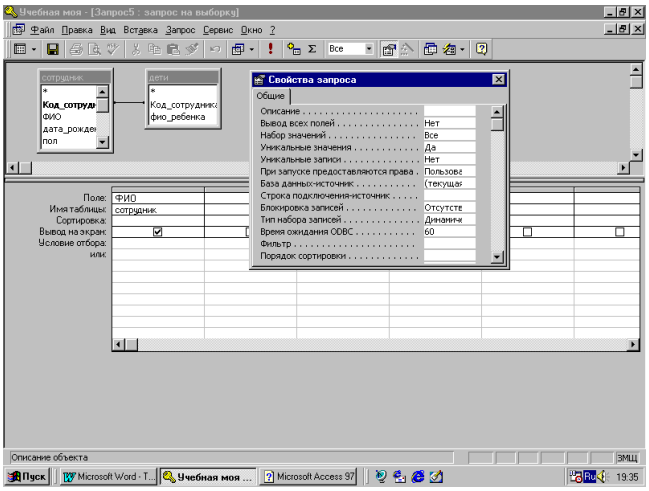
а) нельзя связывать таблицу саму с собой

б) нельзя связывать разноименные поля

в) нельзя выводить в ответ одно и тоже поле несколько раз

г) **нет ошибок, если «Код_сотрудника» и «Руководитель» имеют одинаковый тип данных и длину**

16. На рисунке изображен запрос (в Access)



Результатом выполнения изображенного запроса будет:

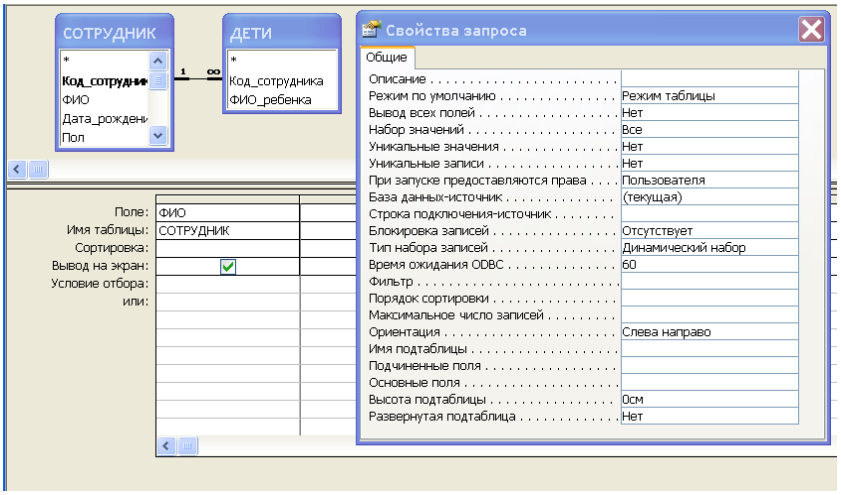
а) список всех сотрудников

б) список сотрудников, имеющих детей

в) **ФИО сотрудников, имеющих детей, причем, если несколько сотрудников имеют одинаковые ФИО, то в список войдет только один из них**

г) ФИО всех сотрудников, повторенные столько раз, сколько детей имеет сотрудник

17. На рисунке изображен запрос (в Access)



Результатом выполнения изображенного запроса будет:

а) список всех сотрудников

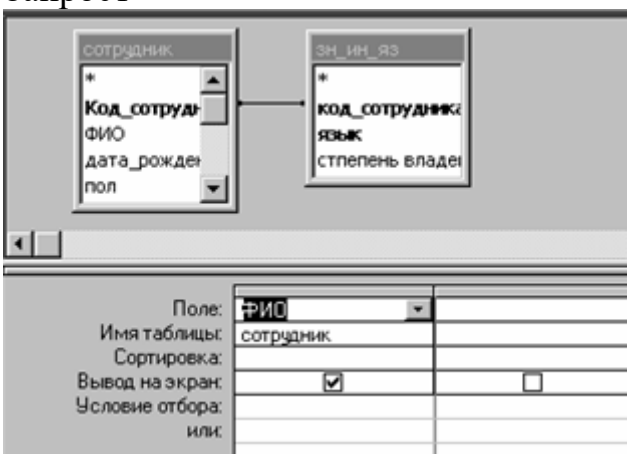
б) список сотрудников, имеющих детей

в) ФИО сотрудников, имеющих детей, причем, если несколько сотрудников имеют одинаковые ФИО, то в список войдет только один из них

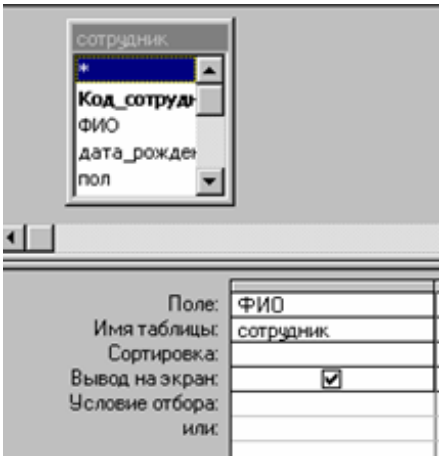
г) **ФИО всех сотрудников, повторенные столько раз, сколько детей имеет сотрудник**

18. Ниже приведенны 2 рисунка:

Запрос1



Запрос 2



Запрос 1 и 2 дадут:

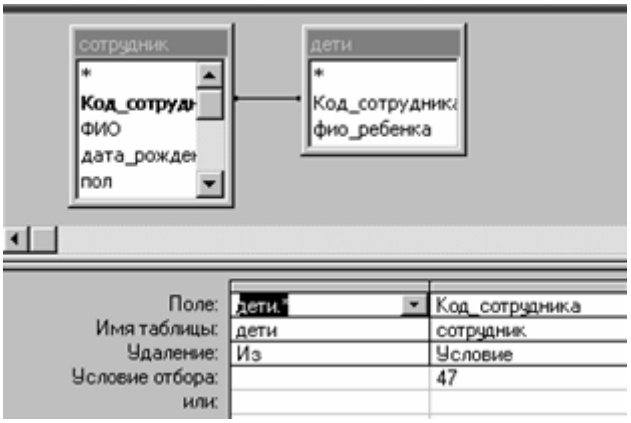
а) одинаковые ответы

б) разные ответы

в) **ответы, которые при некоторых ситуациях могут совпасть, а могут и отличаться**

г) запрос 1 является ошибочным и не будет выполнен

19. На рисунке изображен запрос (в Access)



Выполнение запроса приведет

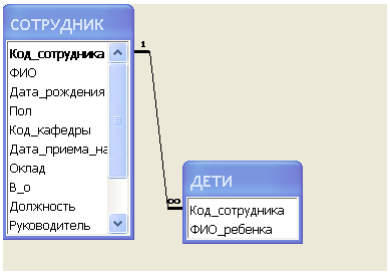
а) к удалению одной записи из таблицы и связанных с ней записей из таблицы ДЕТИ, если СОТРУДНИК с Код_сотрудника=47 имеет детей

б) к сообщению об ошибке, если в таблице ДЕТИ отсутствуют записи с Код_сотрудника=47.

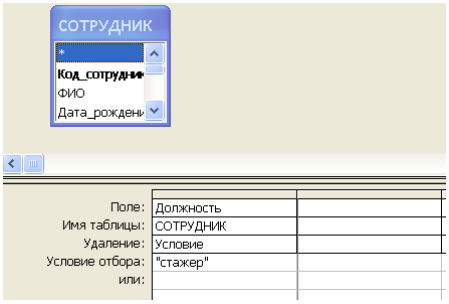
в) к удалению записей с Код_сотрудника=47 из таблицы ДЕТИ

г) будут удалены все записи из таблицы ДЕТИ

20. Запрос приедет к удалению записей о:

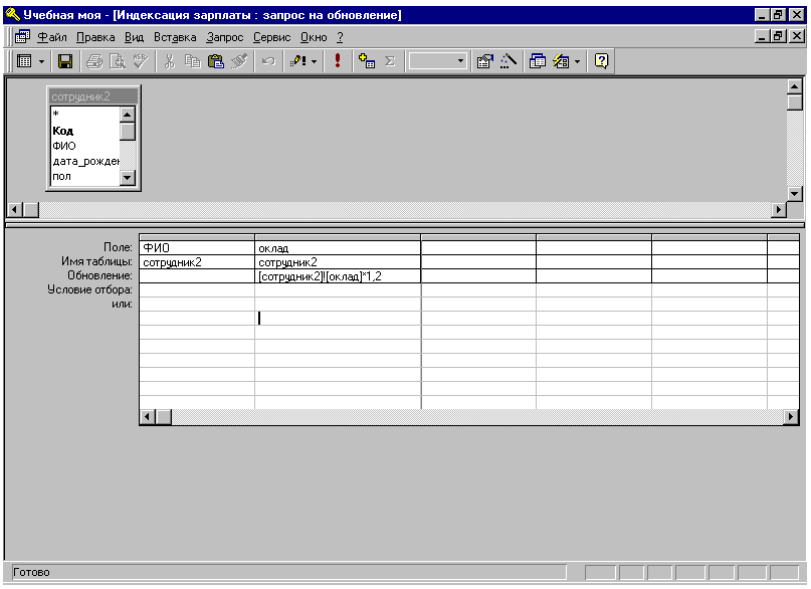


фрагмент схемы



а) детях стажеров
б) **стажерах и их детях, если задано каскадное удаление**
в) содержит ошибка и выполнен не будет

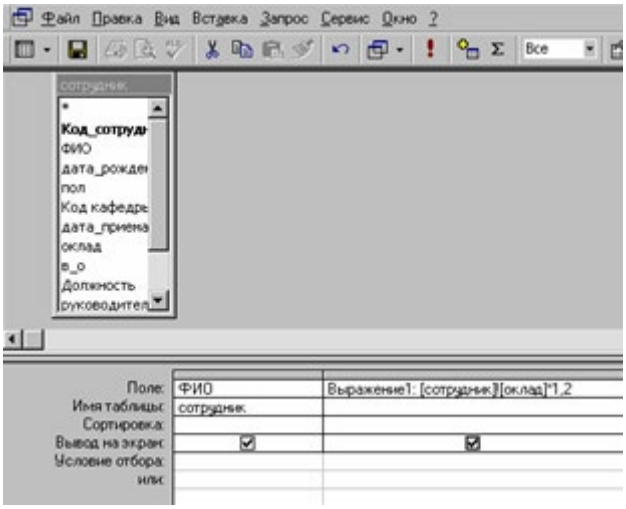
21. На рисунке изображен запрос (в Access)



Какое поле каким образом изменится и у каких записей?

Ответ: Поле «оклад» у всех записей увеличится в 1.2 раза; остальные поля не изменятся

22. На рисунке изображен запрос (в Access)



К чему приведет выполнение запроса?

Ответ: Никакие поля в самой таблице не изменятся; ответ будет выведен только на экран

23. Запрос на создание таблицы позволяет

а) описать структуру новой таблицы

б) скопировать структуру существующей таблицы

в) **запомнить ответ на запрос в виде хранимой таблицы**

г) увидеть ответ на запрос в виде плоской таблицы

24. Открытие запроса на создание таблицы приведет к

а) выводу в ответ данных, запомненных в таблице при создании запроса

б) **уничтожению существующей таблицы и созданию новой таблицы,** имеющей прежнюю структуру и имя, но заполненную актуальными данными

в) будет предложено создать новую таблицу с другим именем

25. Для того чтобы сохранить результат выполнения запроса надо:

а) после формирования ответа выбрать позиции меню «Файл/Сохранить»

б) после формирования ответа выбрать позиции меню «Файл/Сохранить как»

в) **использовать запрос на «создание таблицы» (меню «Запрос/Создание таблицы»)**

г) можно сохранять только описание запроса, а не результат его выполнения

26. Расположите в правильной последовательности фазы процесса установления связей между таблицами СТУДЕНТ и СЕССИЯ:

а) закрыть окно *Добавление таблицы*;

б) в диалоговом окне *Изменение связей* установить флажок

Обеспечение целостности данных и нажать кнопку *Создать*;

в) открыть вкладку *Работа с базами данных* и щелкнуть по кнопке *Схема данных;*

г) протащить указатель мыши от поля *Номер* таблицы СТУДЕНТ к полю *Номер* таблицы СЕССИЯ;

д) закрыть все открытые объекты базы данных;

е) добавить таблицы в окно *Схема данных*

ж) сохранить установленные между таблицами связи

з) закрыть окно *Схема данных*

Ответ: двеагбжиз

Тема 4. Телекоммуникационные технологии

1. Гиперссылки среди других элементов текста обычно выделяются …

б) размером шрифта

в) цветной рамкой

г) цветом и подчеркиванием

2. В качестве адреса перехода по гиперссылке на Web-странице может указываться …

а) определенное место в текущем документе

б) имя другого документа

в) адрес электронной почты

г) URL какого-либо сайта сети Интернет

д) имя файла, не являющегося гипертекстовым документом

е) определенное место в текущем документе, имя другого документа, адрес электронной почты, URL какого-либо сайта сети Интернет, а также имя файла, не являющегося гипертекстовым документом

3. Файлы WEB-страниц чаще всего имеют расширение …

а) htm

б) tht

в) web

г) exe

д) www

4. http:// в адресе сайта (URL) означает …

а) имя сервера

б) путь к Web-странице

в) протокол

5. Что означает *home.microsoft.com* в указателе ресурсов http://home.microsoft.com/intl/ru/ …

а) имя сервера
б) путь к Web-странице
в) протокол

6. intl/ru/ в указателе ресурсов http://home.microsoft.com/intl/ru/ означает …
а) имя сервера
б) путь к Web-странице
в) протокол

7. Вид поиска, при котором образец поиска представляет собой одно или несколько слов, заключенных в кавычки, – это … поиск…
а) простой
б) расширенный
в) контекстный
г) специальный

8. Назначение поисковой системы в том, что она …
а) накапливает информацию о документах, хранящихся в Интернете, и по запросам пользователей подбирает адреса документов, в которых пользователь может найти интересующую его информацию
б) дает содержательные ответы на вопросы пользователей
в) постоянно ищет новую информацию в Интернете

9. В файловых архивах может храниться такая информация, как …
а) компьютерные программы
б) звукозаписи
в) графические иллюстрации
г) видеофильмы
д) архивированные тексты

10. Протокол ftp ……
а) это протокол передачи гипертекста, основа Всемирной паутины
б) организовывает работу с электронной почтой
в) служит для согласования работы компьютера и телефонной линии связи при выходе в Интернет
г) это протокол, специально предназначенный для пересылки файлов

11. Установите соответствие:

1 - Шлюз *(gateway)*	А - пересылает пакеты по специальным правилам – из локальной сети в Интернет, определяет кратчайший путь в обход поврежденных участков

	сети.
2 - Мост *(bridge)*	Б - соединяет две локальные сети, работает как свитч, но имеет свой процессор.
3 - Маршрутизатор *(router)*	В - служит для соединения сетей с разными протоколами

Ответ: 1 - В, 2 – Б, 3 – А.

12. Перечислите известные Вам типы сетей.

Ответ: локальные, корпоративные, муниципальные, глобальные

13. Назовите два равноценных формата адресов, используемых в Интернете, которые различаются лишь по своей форме:

Ответ: IP – адрес (*Internet Protocol Address*) и DNS – адрес *(Domain Name System).*

14. Доступ к файлу index.html, размещенному на сервере www.ftp.ru, осуществляется по протоколу http. В таблице приведены фрагменты адреса этого файла, обозначенные буквами от А до З. Запишите последовательность этих букв, соответствующую адресу данного файла.

А	.html
Б	www.
В	/
Г	ftp
Д	.ru
Е	http
Ж	index
З	://

Ответ: Е, З, Б, Г, Д, В, Ж, А

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Информационные технологии в профессиональной деятельности» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Сформулируйте определение понятия информатики, предмета и объекта информатики.
2. Сформулируйте определение понятий: информация, данные, знания.
3. Объясните, что такое кодирование информации разного вида. Приведите примеры.
4. Объясните, что такое информатизация? Принципы успешной реализации программы информатизации.
5. Объясните, что такое информационный процесс? Назовите составляющие информационного процесса.
6. Сформулируйте принцип фон Неймана. Архитектура персонального

компьютера.

7. Назовите виды памяти ПК и их использование.

8. Сформулируйте понятие информационной системы

9. Объясните, что такое вычислительные сети. Классификация вычислительных сетей.

10. Объясните, что такое IP-адрес и доменное имя.

11. Перечислите информационные ресурсы интернета

12. Сформулируйте определение понятий поисковой машины, поискового каталога. Приведите примеры.

13. Объясните, что такое облачные технологии? Приведите примеры.

14. Сформулируйте определение понятия информационной безопасности

15. Назовите способы эффективного поиска информации в интернете

16. Объясните, что такое электронная почта. Безопасность использования

17. Объясните, что такое базы данных? Какие основные правила построения реляционной базы данных?

18. Объясните, что такое телеконференции и их использование

19. Перечислите средства общения в интернете. Приведите примеры.

20. Сформулируйте определение и задачи операционной системы.

21. Назовите угрозы информационной безопасности и способы защиты информации

22. Общие сведения о компьютерных вирусах.

23. Назовите программные способы защиты от злоумышленников.

24. Объясните, как определяется размер свободного дискового пространства в Windows.

25. Опишите структуру и составные элементы информационных систем, принципы их организации и функционирования

26. Опишите структуру и составные элементы информационных систем, принципы их организации и функционирования

Задания 2-го типа

1. Почему используют разные меры информации. Приведите примеры, в каких случаях удобнее применять каждую из мер.

2. От чего зависит быстродействие ПК? Какие факторы главные? Приведите примеры.

3. Какова роль правовых решений в процессе информатизации? Приведите примеры.

4. Как работает поисковая машина интернета. Приведите примеры использования специалистами по торговому делу в профессиональной деятельности.

5. Приведите примеры использования логических встроенных функций MS Excel.

6. Как сжимаются разные виды информации? Приведите примеры.

7. Какие программные продукты использует специалист по по торговому делу в профессиональной деятельности?

8. Приведите примеры использования облачного сервиса специалистами по торговому делу.

9. Какие преимущества и недостатки у облачных технологий? Приведите примеры.

10. Социальные сети: достоинства и недостатки. Приведите примеры использования специалистами по торговому делу.

11. Что такое «знание»? Какие способы получения знаний существуют в настоящее время? Приведите примеры.

12. Как работает антивирусная программа? Сравните разные классы компьютерных вирусов.

13. Опишите основные технологии обработки данных, используемые в табличном процессоре MS Excel. Приведите примеры использования специалистами по торговому делу.

14. Опишите основные возможности презентационных технологий, реализованных в PowerPoint. Приведите примеры использования специалистами по торговому делу.

15. Эволюция файловых систем семейства Windows. Приведите примеры.

16. Опишите использование гипертекстовых технологий специалистами по торговому делу.

17. Что должно содержать автоматизированное рабочее место специалиста по торговому делу? Приведите примеры.

18. Выбор способа размещения собственной страницы в интернете. Приведите примеры.

19. Сравните принципы действия и соотношение цены/качества лазерного и струйного принтеров.

20. Как работает антивирусная программа? Приведите примеры.

21. Приведите примеры использования таблицы стилей в Word. Существуют ли подобные таблицы в других текстовых редакторах?

22. Сравните алгоритмы сжатия. Сравните подходы сжатия информации с потерями и без потерь.

23. Сравните разные меры количества информации, содержащиеся в одном носители информации. Сравните возможные источники получения знаний.

24. Сравните свойства системы и простого множества объектов. Приведите примеры.

25. Что нужно сделать, чтобы обезопасить информацию от непреднамеренной потери? Приведите примеры.

Задания 3-го типа

1. Создайте в MS Word таблицу следующего вида (5 – 7 записей):

Покупки				
ФИО клиента	Наименование товара	Цена (руб.)	Количество	Итого (руб.)
Иванов	фломастеры	45	2	90

Сергей Петрович				
Кузнецов Максим Сергеевич	Цветные карандаши	70	3	210

Шрифт названия таблицы на Times New Roman CYR 14 пт., начертание - полужирный; названия столбцов таблицы Arial CYR 12 пт., остальной текст таблицы Arial 11 пт, начертание – обычный.

2. Подберите конфигурацию стационарного компьютера для рабочего места специалиста по торговому делу.

3. Создайте фрагмент презентации (3-4 слайда) на предложенную тему

4. Сожмите предложенные данные алгоритмами без потерь (Хаффмана, арифметический, RLE). Сравните коэффициенты сжатия.

5. Запишите в двоичном коде текстовое сообщение, используя разные национальные кодировки и юникод. Определите размер записи

6. Создайте новый документ в текстовом редакторе MS Word, установите в нем предложенные значения полей на страницы:

Введите в документ текст (примерно ½ страницы знаков, способ ввода текста и тематическое содержание не оговариваются).

Отформатируйте документ, предварительно разбив его на 3 абзаца: каждый абзац отформатируйте указанным образом.

Добавьте в документ заголовок (объект WordArt).

Вставьте нумерацию страниц и колонтитулы со своими ФИО и № группы.

7. Создайте фрагмент презентации (3-4 слайда) на предложенную тему

8. Переведите число 357,5 из 10-й в двоичную, 8-ричную и 16-ричную системы счисления и обратно. Проверить на системном калькуляторе.

9. В каком из сообщений содержится больше синтаксической информации (ответ обоснуйте):

а) «Студент Ли получил на экзамене 2»

б) «Студент Кукушкин не сдал зачет.

10. Определите размер файла растрового изображения размером 600х 400 пикселей, при условии, что в изображении используется 256 различных цветов.

11. Создайте новый документ в текстовом редакторе MS Word, установите в нем предложенные значения полей на страницы:

Введите в документ текст (примерно ½ страницы знаков, способ ввода текста и тематическое содержание не оговариваются).

Отформатируйте документ, предварительно разбив его на 3 абзаца: каждый абзац отформатируйте указанным образом.

Добавьте в документ заголовок (объект WordArt).

Вставьте нумерацию страниц и колонтитулы со своими ФИО и № группы.

12. В каком сообщении содержится больше семантической информации для Васи из 1Б класса?

а) Каникулы начнутся 4 октября

б) функция

$$F(t) = \frac{1}{\lambda}\int_0^t f(x)\sin\lambda(t-x)\,dx,$$

- есть решение уравнения

$$y''(t) + \lambda^2 y(t) = f(t).$$

13. Определите размер файла растрового изображения размером 600х 400 пикселей, при условии, что в изображении используется 256 различных цветов.

14. Создайте в MS Excel таблицу следующего вида (5 – 7 записей):

Покупки				
ФИО клиента	Наименование товара	Цена (руб.)	Количество	Итого (руб.)
Иванов Сергей Петрович	фломастеры	45	2	
Кузнецов Максим Сергеевич	Цветные карандаши	70	3	

Шрифт названия таблицы на Times New Roman CYR 14 пт., начертание - полужирный; названия столбцов таблицы Arial CYR 12 пт., остальной текст таблицы Arial 11 пт, начертание – обычный.

Рассчитайте, используя формулы, значение в графе «Итого».

15. Переведите число 123,4 из 10-й в двоичную, 8-ричную и 16-ричную системы счисления и обратно. Проверьте на системном калькуляторе.

16. Создайте в Excel таблицу по приведенному ниже образцу

Страна	**Население**				**Экстраполяция**			
					Тенденция		**Рост**	**Результат**
	2005	**2007**	**2009**	**2011**	**2013**	**2020**	**2020**	**2020**
Германия	68376	72673	77717	78303	77188			
Франция	41829	45684	50772	53880	56173			
Югославия	16346	18402	20371	22299	23849			

Определите прогнозные значения численности населения земного шара в 2020 году по двум формулам (с использованием функций Тенденция и Рост). Представьте окончательные результаты (как среднее

арифметическое двух этих вычисленных значений). Постройте график.

17. Создайте в Word новый стиль с указанными параметрами форматирования параметрами. Назовите новый стиль «Мой стиль». Используйте его для форматирования нового документа

18. Создайте фрагмент презентации (3-4 слайда) на предложенную тему

19. Создайте в Excel таблицу со следующими полями:

a) фамилия преподавателя,
b) дисциплина,
c) лекция/семинар,
d) часы,
e) специальность – группа

Заполните поля таблицы произвольно так, чтобы каждый преподаватель вел не менее двух предметов у разных специальностей и групп.

Создайте сводную таблицу, позволяющую просматривать количество начитанных преподавателями часов по дисциплинам специальностям с возможностью выборки только лекции или только семинарские занятия

20. А). Постройте таблицу значений функции на интервале [-1;+1] шагом 0,1.

$Y = x^3 - 0.01x^2 - 0.7044x + 0.1391$

Б). Создайте графическую модель функции Y(x)

В). Дайте прогноз значения функции для значения 1,5, выбрав наиболее подходящую форму линии тренда.

21 Создайте в Word таблицу по представленному ниже образцу (7-9 записей):

ФИО	Математика	Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	История	Средний балл	Признак успеваемости
Алексеев А.А.	4	5	2		
Борисова Б.Б.	3	4	3		

Примените к таблице шаблон оформления и сохраните результат. Создайте на основе имеющегося шаблона новый шаблон оформления и примените его к таблице.

22. Создайте в Excel таблицу со следующими полями:

a) фамилия преподавателя,
b) дисциплина,
c) лекция/семинар,
d) часы,

е) специальность – группа.

Вставьте формулы расчета среднего балла для каждого студента, среднего балла по каждому предмету и общего по всем предметам. Введите в последний столбец формулу с логической функцией, вычисляющую следующие текстовые значения: ОТЛ - для студентов, имеющих только отличные оценки, ХОР, УД для хорошистов и троечников, и НЕУД для двоечников. Проверьте полученные в результате данные.

23. Используя возможности MS Excel, найти все экстремумы функции

$Y=x^2 + x + 2$

на отрезке [-2; 2]

24. Используя расширенный поиск поисковой системы, найдите предложенную информацию. Оцените качество найденной информации.

25. Создайте фрагмент презентации (3-4 слайда) на предложенную тему.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Коммерческая логистика»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....3

III. Тематический план.....5

IV. Содержание дисциплины.....5

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....6

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....11

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....12

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Коммерческая логистика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Коммерческая логистика» дает ответы на вопросы по теории и практики управления материальным и связанными с ним информационным, финансовым и сервисным потоками в ритейле, о том, какие логистические подходы, принципы и методы применимы в менеджменте розничной торговли (ритейла).

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 6 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины «Коммерческая логистика» является приобретение обучающимися способностей работать с технической документацией, необходимой для коммерческой, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности, управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.

Задачи дисциплины:

- изучение основ, содержания и особенностей коммерческой логистики в розничной торговле;
- изучение основных методов и принципов коммерческой логистики;
- рассмотрение и использование примеров применения методов коммерческой логистики из практики для приобретения способностей и практических навыков управления материальными потоками в ритейле.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих-компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических задач в сфере профессиональной деятельности	**ОПК-2**	2.1. Осуществляет поиск и обработку информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; анализирует релевантные статистические данные; интерпретирует и представляет результаты в целях принятия решений в сфере торговли; разработка коммерческой политики по оказанию логистической услуги	структуру коммерческого предложения; способы, приемы и методы оптимизации транспортно-логистических схем; основные каналы продаж логистических услуг; структуру коммерческого предложения; основные каналы продаж логистических услуг	анализировать потребности и мотивы клиентов в логистических услугах. Решать задачи разработки коммерческой политики по оказанию логистической услуги	составления и согласования коммерческого предложения; разработка стратегии продаж логистических услуг.	Контактная работа: Лекции Практикум по решению задач, Семинары, Ситуационный практикум Самостоятельная работа

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Коммерческая логистика в системе экономического анализа	8		6	6						16	Ситуационный практикум 1/10 Практикум по решению задач 1/15
Тема 2. Коммерческое ценообразование в логистических системах	8		6	6						16	Ситуационный практикум 2/10 Практикум по решению задач 2/15
Тема 3. Логистические издержки и их оценка	8		6	6						16	Ситуационный практикум 3/10 Практикум по решению задач 3/15
Тема 4. Показатели результативности коммерческой логистики	8		**6**	**6**						16	Ситуационный практикум 4/10 Практикум по решению задач 1/15
Всего:	**32**		**24**	**24**						**64**	**100**
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Коммерческая логистика в системе экономического анализа

Виды логистики и коммерческой логистики коммерческой логистики. коммерческой логистики сфера применения Исторические вехи Предметная область и её научная база. Коммерческая логистика: понятие и сущность.

Нормативная база коммерческой логистики. Информационное обеспечение коммерческой логистики.

Тема 2. Коммерческое ценообразование в логистических системах.

Основы ценообразования в логистических системах. Методы установления цен на продукты и услуги. Факторы. определяющие стратегии ценообразования и способы модификации цен в логистических системах, особенности формирования цен на логистические услуги. Транспортная составляющая коммерческой логистики.

Тема 3. Логистические издержки и их оценка.

Виды и источники возникновения логистических издержек. Транзакционные издержки в логистических системах. Пути оптимизации логистических издержек в цепочках ценностей. Логистический контроллинг.

Тема 4. Показатели результативности коммерческой логистики.

Оценка эффективности систем поставок. Система сбалансированных показателей результативности. Обоснование логистических проектов в процессе бизнес-планирования, Возможности повышения эффективности логистических систем.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Коммерческая логистика» используются такие виды учебной работы, как лекция, практикум по решению задач, ситуационный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или

иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы.

В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

При чтении лекций по дисциплине преподаватель использует электронные мультимедийные презентации.

Обучающимся предоставляется возможность копирования презентаций для самоподготовки и подготовки к промежуточной аттестации.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сцена-

рием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Инновационный менеджмент» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой(конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала

они лучше запоминались.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 1. Коммерческая логистика в системе экономического анализа	Информационное обеспечение коммерческой логистики.	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму. Подготовка по теме ситуационного практикума.	Отчет по практикуму. Описание решения ситуации кейса.
Тема 2. Коммерческое ценообразование в логистических системах.	Транспортная составляющая коммерческой логистики.	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму. Подготовка по теме ситуационного практикума.	Отчет по практикуму. Описание решения ситуации кейса.
Тема 3. Логистические издержки и их оценка.	Виды и источники возникновения логистических издержек. Транзакционные издержки в логистических системах. Пути оптимизации логистических издержек в цепочках ценностей. Логистический контроллинг.	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму. Подготовка по теме ситуационного практикума.	Отчет по практикуму. Описание решения ситуации кейса.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 4. Показатели результативности коммерческой логистики.	Возможности повышения эффективности логистических систем.	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка по теме ситуационного практикума.	Отчет по практикуму. Описание решения ситуации кейса.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Левкин, Г. Г. Коммерческая логистика : учебник / Г. Г. Левкин. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 377 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436774. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-7451-2. – DOI 10.23681/436774. – Текст : электронный.

2. Гаджинский, А.М. Логистика : учебник / А.М. Гаджинский. – 21-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 419 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495765

3. Аникин, Б.А. Коммерческая логистика: учебник / Б. А. Аникин, А. П. Тяпухин. – Москва: Проспект, 2017. – 426 с.

Дополнительная литература:

1. Тебекин, А.В. Логистика : учебник / А.В. Тебекин. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 355 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495837

2. Левкин, Г.Г. Логистика: теория и практика / Г.Г. Левкин. – 2-е изд. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135685

3. Логистика: интегрированная цепь поставок / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дэйвид Дж. Клосс. – Москва: Олимп-Бизнес, 2017. – 635 с.
4. Логистика и управление цепями поставок: практическое пособие / Д. В. Курочкин. – Минск: Альфа-книга, 2016. – 783 с.

5. Чувикова, В. В. Практикум по управлению цепями поставок : учебно-методическое пособие / В. В. Чувикова. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 60 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232090
6. Марусева, И.В. Логистика: краткий курс / И.В. Марусева, В.В. Котов, И.Я. Савченко; под общ. ред. И.В. Марусевой. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 196 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494454
7. Логистика и управление цепями поставок : учебник для академического бакалавриата / В. В. Щербаков [и др.] ; под редакцией В. В. Щербакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-3306-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425175 (дата обращения: 27.05.2021).
8. Корсаков, А.А. Основы логистики: Руководство по изучению дисциплины. Практикум по изучению дисциплины / А.А. Корсаков ; Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. – Москва : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. – 69 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90793

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

	Наименование портала (издания, курса, документа)	**Ссылка**
.	Сообщество специалистов по логистике и управлению цепями поставок	http://www.logist.ru/
.	Сообщество профессионалов в области логистики	http://logisterra.ru/
.	Научная электронная библиотека eLIBRARY	http://elibrary.ru/
.	Федеральное агентство по науке и инновациям.	http://www.wiki2.org/
.	IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru
.	Электронно-библиотечная система Издательства «ЛАНЬ»	http://e.lanbook.com/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/Soft-Microsoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации

http://pravo.gov.ru.

- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО

ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	14-15 – работа выполнена в срок, самостоятельно, пра-вильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 13-10 – работа выполнена в срок, самостоятельно, пра-вильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 9-6 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 5 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.
2.	Ситуационный практикум	10-9 – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 8-7 – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 6-5 – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания к практикумам по решению задач</u>

Практическая работа № 1

Подготовка документации по учету операций приема и отпуска товара (метод оценки запасов: ФИФО).

В течение месяца товар А принимался и отпускался следующим образом:

Дата	Получено		Отпущено, ед.
	единиц	общая стоимость, руб.	
1-й месяц			
01	2000	4200	
02	3000	6600	
13	2000	4000	
14			3000
25	3000	6600	
26			6000
2-й месяц			
01	1000	2000	
02	3000	6300	
13	2000	4400	
14			4000
25	3000	6600	
26			4500
3-й месяц			
01	1500	3000	
02	2000	4100	
13	3000	6600	
14			5000
25	4000	8000	
26			5000
4-й месяц			
01	4000	4000	
02	3000	3100	
13	2000	2200	
14			3000
25	3000	3300	
26			8800
5-й месяц			
01	4000	4400	
02	1000	1000	
13	3000	3200	
14			6000
25	4000	4400	

26			5200
6-й месяц			
01	12000	24000	
02	13000	27300	
13	12000	26400	
14			33000
25	13000	26000	
26			15000
7-й месяц			
01	200	440	
02	3000	6000	
13	2000	4200	
14			4000
25	3000	6300	
26			3200
8-й месяц			
01	400	4000	
02	300	3300	
13	200	2400	
14			800
25	300	3300	
26			350
9-й месяц			
01	2000	6000	
02	3000	9300	
13	2000	6600	
14			6000
25	5000	15000	
26			5600
10-й месяц			
01	2000	20000	
02	3000	36000	
13	2000	44000	
14			7800
25	3000	36000	
26			2000
11-й месяц			
01	1000	1100	
02	3000	3000	
13	1000	1200	
14			4500

25	3000	3300	
26			2600
12-й месяц			
01	12000	24000	
02	3000	6300	
13	2000	4400	
14			16000
25	3000	6300	
26			3500
13-й месяц			
01	400	4000	
02	400	4400	
13	200	2400	
14			850
25	300	3300	
26			320
14-й месяц			
01	1000	20000	
02	3000	63000	
13	2000	44000	
14			4000
25	3000	66000	
26			4500
15-й месяц			
01	1000	20000	
02	1500	36000	
13	1000	44000	
14			3000
25	1500	36000	
26			1600

Начального запаса материала А не было.

Подготовьте документацию по учету этих операций, используя метод оценки запасов: ФИФО. Определите конечный запас материала на 26 число месяца. Результаты учета занесите в табл. 1.

Таблица 1 – Счет главной книги по запасам. Применяемый метод – ФИФО.

Дата	Получено			Отпущено			Запас		
	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.

01									
02									
13									
14									
25									
26									

Практическая работа № 2

Исходные данные: За отчетный период объем продаж (V) и себестоимость продаж (С) (удельный вес стоимости товаров по закупочной цене в объеме продаж) предприятий розничной торговли по пяти ассортиментным группам товаров составил:

Вариант	Объем продаж (V), млн. руб.	Себестоимость продаж (С), %
1	200	40
2	250	42
3	300	35
4	320	38
5	220	40
6	180	28
7	190	30
8	210	32
9	220	36
10	240	37
11	260	29
12	280	31
13	290	41
14	310	35
15	340	34

Планируется в аналогичном по продолжительности периоде освоить продажу еще одной ассортиментной группы товаров в объеме 30% от среднего объема продаж пяти ассортиментных групп. Прогнозируется увеличение закупочных цен товаров на 5%. Определить плановый объем продаж и потребность закупок товаров у поставщиков на новую ассортиментную группу.

Подготовка документации по учету операций приема и отпуска товара

(метод оценки запасов: ЛИФО).

В течение месяца товар А принимался и отпускался следующим образом:

Дата	Получено		Отпущено, ед.
	единиц	общая стоимость, руб.	
1-й месяц			
01	2000	4200	
02	3000	6600	
13	2000	4000	
14			3000
25	3000	6600	
26			6000
2-й месяц			
01	1000	2000	
02	3000	6300	
13	2000	4400	
14			4000
25	3000	6600	
26			4500
3-й месяц			
01	1500	3000	
02	2000	4100	
13	3000	6600	
14			5000
25	4000	8000	
26			5000
4-й месяц			
01	4000	4000	
02	3000	3100	
13	2000	2200	
14			3000
25	3000	3300	
26			8800
5-й месяц			
01	4000	4400	
02	1000	1000	
13	3000	3200	
14			6000
25	4000	4400	
26			5200
6-й месяц			

01	12000	24000	
02	13000	27300	
13	12000	26400	
14			33000
25	13000	26000	
26			15000
7-й месяц			
01	200	440	
02	3000	6000	
13	2000	4200	
14			4000
25	3000	6300	
26			3200
8-й месяц			
01	400	4000	
02	300	3300	
13	200	2400	
14			800
25	300	3300	
26			350
9-й месяц			
01	2000	6000	
02	3000	9300	
13	2000	6600	
14			6000
25	5000	15000	
26			5600
10-й месяц			
01	2000	20000	
02	3000	36000	
13	2000	44000	
14			7800
25	3000	36000	
26			2000
11-й месяц			
01	1000	1100	
02	3000	3000	
13	1000	1200	
14			4500
25	3000	3300	
26			2600

12-й месяц			
01	12000	24000	
02	3000	6300	
13	2000	4400	
14			16000
25	3000	6300	
26			3500
13-й месяц			
01	400	4000	
02	400	4400	
13	200	2400	
14			850
25	300	3300	
26			320
14-й месяц			
01	1000	20000	
02	3000	63000	
13	2000	44000	
14			4000
25	3000	66000	
26			4500
15-й месяц			
01	1000	20000	
02	1500	36000	
13	1000	44000	
14			3000
25	1500	36000	
26			1600

Начального запаса материала А не было.

Практическая работа № 3

Подготовьте документацию по учету этих операций, используя метод оценки запасов: ЛИФО. Определите конечный запас материала на 26 число месяца. Результаты учета занесите в табл. 1.

Таблица 1 – Счет главной книги по запасам. Применяемый метод – ЛИФО.

Дата	Получено			Отпущено			Запас		
	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.

01									
02									
13									
14									
25									
26									

Практическая работа № 4

В таблице 1 приведены статистические данные работы торговой организации, где:

В - выручка от продажи товаров, тыс. руб.;

С - себестоимость продаж (закупочная стоимость товара с транспортными расходами), тыс. руб., в том числе Т – транспортные расходы, тыс. руб.,;

И - торговые (управленческие и коммерческие) издержки, тыс. руб.

И - торговые (управленческие и коммерческие) издержки.

Выполните расчет следующих показателей:

- уровень транспортных расходов в себестоимости продаж, (%);
- уровень торговой наценки к себестоимости продаж в абсолютном (тыс.руб.) и относительном измерении (% к себестоимости продаж)
- уровень торговых издержек в объеме продаж, (%);
- уровень торговых издержек в торговой наценке (%);
- прибыль организации, тыс. руб.;
- уровень рентабельности продаж, (%).

Таблица 1 - Статистические данные работы торговой организации

Торговая организация	В	С	Т	И
1	58000	26000	22000	24000
2	426000	208000	10120	210000
3	160000	56000	4500	102000
4	186000	89000	6000	90200
5	88000	41000	2300	44000
6	124000	46000	4200	75000
7	208000	102000	8300	98000
8	245000	132000	9300	116000
9	280500	129000	10500	150500

10	310050	120300	10400	180400
11	340400	150300	12400	180300
12	378900	170700	12000	202700
13	158200	65000	4200	91300
14	145300	43200	4600	98300
15	138290	42300	3890	90400

Оцените экономическую эффективность деятельности торговой организации. Укажите какие логистические функции и за счет каких мер можно улучшить в проанализированной торговой организации.

Типовые задания к ситуационным практикумам

Ситуационный практикум 1

Компания А – российское представительство немецкого холдинга, который осуществляет деятельность в нескольких направлениях: перерабатывающая промышленность. здравоохранение, добывающая промышленность, пищевая промышленность. За последние несколько отчетных периодов компания отметила снижение ключевых показателей. Анализ причин, помимо прочего, показал завышенные расходы на организацию логистики. Однако транспортные компании ссылались на высокий уровень транспортной инфляции (на уровне примерно 6%), а также расходы на систему «Платон», которые «съедали» 3% от стоимости перевозок.
Для решения проблемы были задействованы внутренние резервы, а также привлечены внешние консультанты.
Был проведен комплексный анализ работы отдела логистики, IT-отдела, подразделения customer service. По результатам анализа были сделаны следующие выводы:

- подразделения работали ERP-системах Concord и iScala, следовательно, бизнес-процессы подразделений также различались
- для организации перевозок использовались разные процессы доставки, а также различный транспорт
- в TMS генерировались различные пакеты документов в каждом из подразделений, что существенно усложняло работу транспортного координатора
- выбор провайдера для каждой перевозки осуществляется посредством сравнения тарифов в Excel-таблице, поэтому не всегда физически возможно выбрать подходящий вариант
- объемно-весовые характеристики разных продуктов по каждому подразделению рассчитывались по-разному.

Вопросы кейса:

Какие конкретно проблемы и пути их решения Вы видите?

Какие технические решения должны быть реализованы в компании?

Какие риски можно выделить при реализации предложенного Вами решения и как можно их минимизировать/ нивелировать?

Ситуационный практикум 2

Маленькая логистическая компания работает на рынке международных грузоперевозок уже на протяжении 2,5 лет. Своих транспортных средств у компании нет. Деятельность компания начинала с оказания одной единственной услуги по доставки грузов юридических лиц авиасообщением в международном направлении. Первый год директор работал один, но за время 1 года наработал клиентскую базу и развел агентскую сеть по всему миру и стало отсутствовать время для дальнейшего развития и роста и наработки и поиска новых клиентов. Был нанят сотрудник на авиаперевозки. Директор начал развивать новые направления такие как автоперевозки и контейнерные перевозки. В компании численность сотрудников возросла до 5 человек. директор, бухгалтер, специалист по авиафрахту, специалист по автоперевозкам и специалист по контейнерным перевозкам. С сайта приходил хороший трафик, но конверсия запроса в заказ по авто и контейнерным перевозкам была очень низкой. сотрудник по автоперевозкам и сотрудник по контейнерным перевозкам в лучшем случае окупали себя но не приносили деньги компании, в худшем случае на заработную плату этим сотрудникам уходило больше денег чем они приносили компании. Специалист по авиафрахту напротив, окупал себя сполна и приносил существенную прибыль компании. Настало время принимать решение продолжать и дальше содержать сотрудников по автоперевозкам и контейнерным перевозкам и развивать эти направления или отказаться от этих направлений и сосредоточить свои силы только на оказании одной услуги клиентам, а именно авиафрахте

Вопросы кейса:

Что нужно сделать для принятия решения о том, оставлять 2х убыточных сотрудников и продолжать попытки развития этих направлений ЛИБО же уволить их и сосредоточить силы компании на оказании одной единственной услуги по доставке грузов авиатранспортом? Укажите не менее 3х последовательных шагов, которые помогут принять верное решение

Директор решил уволить 2 убыточных сотрудников и закрыть эти направления деятельности сосредоточив тем самым свои силы на одной только услуге авиаперевозки грузов. С сайта очень мало запросов поступает именно на авиаперевозки, что можно предпринять для увеличения количества лидов?

Что можно предпринять для увеличения конверсии лида в реальный заказа?

Ситуационный практикум 3

Кирилл – начальник отдела логистики в компании «Торговый Дом «Купи-Продай». Все закупки специалистами отдела закупок проводятся в системе электронного документооборота, процесс строго регламентирован. Заказы размещаются с базисом поставки «склад заказчика». Т.е. транспортные расходы по доставке ТМЦ включены в их стоимость. Так как в компании есть свой отдел логистики, на определенном этапе директор принял ре-

шение сравнивать стоимость доставки, предлагаемую поставщиком, со стоимостью перевозки специализированными транспортно-экспедиторскими компаниями. И на основании этого сравнения принимать решение о базисе и способе доставки ТМЦ: силами поставщика или с привлечением сторонних транспортных компаний, с которыми у ТД «Купи-Продай» есть договоры. Расчет стоимости перевозки по каждой партии ТМЦ возложили на отдел логистики. Процесс определения/расчета стоимости перевозки не регламентирован. В процессе расчета отдел логистики сталкивается со следующими трудностями: невозможность определения габаритов и веса каждой партии ТМЦ, т.к. эти данные появляются только после упаковки, а ТЭК считают стоимость перевозки только исходя из габаритов и веса; у закупщиков сжатые сроки и стоимость перевозки они требуют день в день. А если направлять запросы в ТЭК, то ответ от них приходит через день-два. В результате расчеты ведутся по опыту уже выполненных перевозок, результатам прежних расчетов ТЭК и онлайн-калькуляторам. Вышеуказанные обстоятельства приводят к почти 100% ошибочности расчетов отдела логистики. Отчеты по факту закупки показывают превышение плановых транспортных расходов над фактическими на 15-20% в год. Это обстоятельство периодически приводит к недовольству директора и к депремированию сотрудников отдела логистики. Кирилл неоднократно объяснял директору причины и проблемы, которые мешают точности расчетов. Предлагал различные варианты алгоритмов расчета, допустимый процент отклонения и т.д. Директор не вникал в суть проблемы. Его ответ был: вы специалисты в своей области и вам определять алгоритмы и порядок своей работы. А мне нужен результат и показатели.

Вопросы кейса:

Какие на Ваш взгляд мероприятия нужно провести для повышения точности расчетов и сокращения процента отклонения фактических транспортных расходов от плановых?

Какой бы вы предложили алгоритм работы отдела логистики при расчете транспортных расходов?

Как убедить директора регламентировать процесс расчета транспортных расходов?

Ситуационный практикум 4.

Логистический оператор 3PL федерального масштаба (далее исполнитель), хочет расширить свою географию присутствия и открыть новую локацию. Для открытия новой локации необходимо привлечь крупного клиента, федеральную компанию (далее заказчик), с очень серьезными требованиями по качеству предоставляемых услуг, с минимальными для них затратами на хранение и обработку товара.
Исполнитель на данном этапе своего развития не имеет в своем портфеле контрактов с крупными игроками рынка, а соответственно опыта воплощения подобных проектов в жизнь. Сотрудники занимающие ключевые позиции в компании обладают определенными знаниями и компетенциями, каждый в своей мере, которых достаточно для того уровня, на котором сейчас

находится компания. Для выхода на новый уровень, исполнителю необходимо проводить масштабное обучение сотрудников, повышение компетенций управленческого состава, и выходить на новый уровень корпоративной культуры в целом, включая линейный персонал.
Обучение топ-менеджмента стоит дорого и отнимает очень много времени. После обучения управляющего состава необходимо провести работы с линейным персоналом, что тоже отнимает очень много времени, сил, и денег компании. Замена управленцев на более компетентных специалистов, способных в кратчайшие сроки вывести компанию на новый уровень, не видится возможным на данном этапе, т.к. заработные платы существующих специалистов находятся ниже уровня рынка труда, а заказчик не готов сейчас увеличивать затраты на ФОТ.
Заказчик проекта возлагает на исполнителя большие надежды на исполнение проекта, т.к. в регионе запуска отсутствуют компании способные взять на себя такую ответственность и последним кто может воплотить проект в жизнь, является компания исполнитель.
Текущим составом есть риски "завалить" проект по истечении короткого времени, после его запуска, пи условии выигрыша тендера на предоставление услуг. Это повлечет имидже вые и финансовые риски для исполнителя.
От собственника компании исполнителя стоит задача, во что бы то ни стало, выиграть тендер и забрать ключевого клиента.

Вопросы кейса.

Какие мероприятия, на Ваш взгляд, могли бы помочь исполнителю не оказаться в подобной ситуации?

Какие действия необходимо проделать для выполнения желания собственника бизнеса и вывода компании исполнителя на новый уровень?

Какие решения нужно принять в сложившейся ситуации, для удовлетворения интересов обеих сторон?

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Коммерческая логистика» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	**-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Понятие коммерческой логистики, этапы ее формирования и развития.
2. Задачи и функциональные области коммерческой логистики.
3. Роль и место логистики в общей системе менеджмента в ритейле.
4. Понятие, виды и основные признаки материального потока.
5. Учет товарно-материальных запасов.
6. Классификация первичной и технической документации по учету движения материальных потоков.
7. Методы учета ФИФО, ЛИФО и средневзвешенной цены.
8. Формы учета движения материальных ресурсов и нормативные документы по их оформлению.
9. Цель и основные задачи закупок и поставок.
10. Маркетинг и логистика закупок и поставок.
11. Анализ потребительского рынка.
12. Методы планирования ассортимента и объема розничной торговли.
13. Методы закупок и основные критерии оптимального выбора поставщика.
14. Правовое регулирование закупок и поставок.
15. Логистические цепи и каналы распределения. Организационные формы закупок и поставок.
16. Сущность и роль товарных запасов в логистике ритейла.
17. Основные системы управления запасами.
18. АВС-метод управления запасами.
19. Сущность и задачи транспортной логистики.
20. Выбор вида транспортных средств и определение потребности в транспортных средствах.
21. Понятие логистики складирования и классификация складов.

22. Порядок приемки, комплектования и выдачи товаров по количеству и качеству на складе.

23. Понятие, цель и задачи логистики продаж.

24. Понятие, цели, задачи и функции менчандайзинга.

25. Эффективность продаж.

Задания 2 типа

1. В чем заключается различие логистики в системе менеджмента в ритейле и в менеджменте промышленного предприятия.

2. В чем заключается различие между входным и внутренним материальным потоком. Поясните на примере.

3. В чем заключается различие методов учета ФИФО и ЛИФО. Приведите пример учета материальных ценностей по эти методам.

4. Дана следующая характеристика метода выдачи материальных ресурсов: «Товары выдаются со склада в обратной последовательности (первым пришел товар, последним ушел (отпустили)». Укажите какой это метод: ФИФО, ЛИФО или средневзвешенной цены.

5. Дана следующая характеристика метода выдачи материальных ресурсов: «Товары выдаются со склада в последовательности поступления на склад (первым пришел товар, первым ушел (отпустили)». Укажите какой это метод: ФИФО, ЛИФО или средневзвешенной цены.

6. Коммерческая логистика включает следующие функциональные области: закупочная логистика, транспортная логистика, складская логистика, логистика продаж и информационная логистика. К какой функциональной области относится операция размещение товаров по местам хранения?

7. Основными критериями логистической системы являются: цена товара, транспортные расходы и издержки хранения. Эффективность работы какой функциональной области логистики оценивает цена товара?

8. Поставки материальных ресурсов характеризуются следующими условиями: высокие расходы по размещению и доставке заказа, высокая степень неопределенности спроса и большие потери в результате отсутствия запасов. Какую систему управления запасами целесообразно применить?

9. Коммерческая логистика включает следующие функциональные области: закупочная логистика, транспортная логистика, складская логистика, логистика продаж и информационная логистика. К какой функциональной области относится операции установления, нормы запасов, точки заказа, частоты, сроков и объема их пополнения (поставок)?

10. Торговое предприятие характеризуется поставками и потреблением товаров с высокими издержками хранения, высокими потерями в случае отсутствия товаров к моменту их потребления и случайным характером потребления. Верно ли, что используется система управления запасами с фиксированным размером заказа?

11. Распределительная логистика характеризуется как комплекс вза-

имосвязанных функций, реализуемых в процессе распределения материального потока между различными оптовыми покупателями, то есть в процессе оптовой продажи товаров. При какой форме снабжения товарами магазина не требуется распорядительная логистика?

12. В торговую организацию поступил товар без сопроводительного документа. По какому документу необходимо оформить количественную и качественную приемку товара?

14. В чем заключается различие между товаро-транспортной накладной и товарной накладной? Укажите какие сведения не указываются в товарной накладной по сравнению с товаро-транспортной накладной.

15. В чем заключается разница между современными логистическими центрами и оптовыми базами. Приведите примеры.

16. В чем состоят различия в доставке тарно-штучных товаров автомашиной и вагоном? Приведите пример на конкретном товаре и расстоянии доставки.

17. Укажите каким транспортными средствами (вагонами, бензовозами, цистернами) целесообразно перевозить бензин – 500 тн. на расстояние 1000 км. Почему?

18. Укажите какими транспортными средствами целесообразно перевозить металлопрокат 200 тн. на расстояние 80 км. Почему?

19. В чем заключается разница в перевозке сыпучих грузов железнодорожным и водным транспортом. Приведите пример.

20. Коммерческая логистика включает следующие функциональные области: закупочная логистика, транспортная логистика, складская логистика, логистика продаж и информационная логистика. К какой функциональной области относится операция комплектования товара?

21. Основными критерием логистической системы является своевременная доставка необходимого товара, в необходимом количестве и с минимальными затратами. От эффективности работы какой службы магазина в основном зависит работа логистической системы?

22. Мебельный магазин продает продукцию следующих видов: бытовая мебель, в том числе корпусная – 55 %, детская – 25 %, кухонная – 10 %, офисная – 5 %, причем объем продаж за последний год корпусной мебели увеличился на 2 %, детской – на 10 %, кухонной на 1 %, а объем продаж офисной мебели сократился на12,5 %. Выделите продукцию, для продажи которой необходимо интенсифицировать коммерческие усилия.

23. Мебельный магазин продает продукцию следующих видов: бытовая мебель, в том числе корпусная – 55 %, детская – 25 %, кухонная – 10 %, офисная – 5 %, причем объем продаж за последний год корпусной мебели увеличился на 2 %, детской – на 10 %, кухонной на 1 %, а объем продаж офисной мебели сократился на12,5 %. Выделите продукцию, для продажи которой необходимо проводить напоминающую рекламу.

24. Чем отличается управленческий учет от бухгалтерского учета?

25. В ритейле выделяют два основных метода продажи товаров: индивидуальное обслуживание покупателей, т.е. продажа товаров через прила-

вок и продажа методом самообслуживания. Для каких ситуаций эффективнее индивидуальный метод продажи?

Задания 3-го типа

Задание №1.

В течение месяца товар А принимался и отпускался следующим образом:

Дата	Получено		Отпущено, ед.
	единиц	общая стоимость, руб.	
1-й месяц			
01	3000	4200	
02	3000	6600	
13	2000	4000	
14			7000
25	3000	6600	
27			2000

Начального запаса материала А не было.

Подготовьте документацию по учету этих операций, используя метод оценки запасов: ФИФО. Определите конечный запас материала на 27 число месяца. Результаты учета занесите в табл. 1.

Таблица 1 – Счет главной книги по запасам. Применяемый метод – ФИФО.

Дата	Получено			Отпущено			Запас		
	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.
01									
02									
13									
14									
25									
26									

Задание №2.

В течение месяца товар А принимался и отпускался следующим образом:

Дата	Получено		Отпущено, ед.
	единиц	общая стоимость, руб.	
1-й месяц			
01	2000	4200	
02	3000	6600	
13	2000	4000	
14			3000
25	3000	6600	
28			6000

Начального запаса материала А не было.

Подготовьте документацию по учету этих операций, используя метод оценки запасов: ЛИФО. Определите конечный запас материала на 28 число месяца. Результаты учета занесите в табл. 1.

Таблица 1 – Счет главной книги по запасам. Применяемый метод – ЛИФО.

Дата	Получено			Отпущено			Запас		
	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.	Количество	Цена за 1 ед., руб.	Сумма, руб.
01									
02									
13									
14									
25									
26									

Задание №3.

За отчетный период объем продаж (V) и себестоимость продаж (С) (удельный вес стоимости товаров по закупочной цене в объеме продаж) предприятий розничной торговли по пяти ассортиментным группам товаров составил: объем продаж (V) - 200 млн. руб., себестоимость продаж (С) - 40%. Планируется в аналогичном по продолжительности периоде освоить продажу еще

одной ассортиментной группы товаров в объеме 10% от среднего объема продаж пяти ассортиментных групп. Прогнозируется увеличение закупочных цен товаров на 4%. Определить плановый объем продаж и потребность закупок товаров у поставщиков на новую ассортиментную группу.

Задание №4.

Розничной организации необходимо осуществить закупку двух видов товаров (А, В). После изучения рынка менеджером рассматриваются два варианта закупок и поставки товаров.

Поставщик	Цена ресурсов, тыс. руб. за ед.		Расстояние доставки, км
	N_A	$N_в$	
№1	2,5	24	800
№2	2,7	23	1200

Удельные транспортные расходы одновременно на партию товаров (А и Б) – 25 руб. за км. доставки. Ставка по депозитам банка – 6%. Объем закупок и оптимальный размер заказа приведены в таблице 1.

Таблица 1 - Объем закупок и оптимальный размер заказа

Варианты	Объем закупок по видам товара, ед.		Оптимальный размер заказа, ед.	
	А	Б	А	Б
1	800	900	80	90

Определите поставщика товаров.

Задание №5.

Торговая организация за отчетный период имеет следующие данные:

В = 58000 - тыс. руб. - выручка от продажи товаров;

С=26000 тыс. руб., - себестоимость продаж (закупочная стоимость товара с транспортными расходами), в том числе Т=22000 тыс. руб. – транспортные расходы; И=24000 тыс. руб.- торговые (управленческие и коммерческие) издержки.

Выполните расчет следующих показателей:

- уровень транспортных расходов в себестоимости продаж, (%);
- уровень торговой наценки к себестоимости продаж в абсолютном (тыс.руб.) и относительном измерении (% к себестоимости продаж)
- уровень торговых издержек в объеме продаж, (%);
- уровень торговых издержек в торговой наценке (%);
- прибыль организации, тыс. руб.;
- уровень рентабельности продаж, (%).

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Деловые коммуникации»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника***: Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине..... 3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....**Ошибка! Закладка не определена.**
III. Тематический план..... 7
IV. Содержание дисциплины..... **Ошибка! Закладка не определена.**
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....**Ошибка! Закладка не определена.**
VI. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины..... **Ошибка! Закладка не определена.**
VII. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплин ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
VIII. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине..... **Ошибка! Закладка не определена.**
IX. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы...**Ошибка! Закладка не определена.**
X. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине..... **Ошибка! Закладка не определена.**

I. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Деловые коммуникации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 963 от 12.08.2020

Изучение дисциплины «Деловые коммуникации» ориентировано на получение обучающимися базовых понятий и представлений в области культуры и практики делового взаимодействия.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательные дисциплины базовой части учебного плана по программе подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для предложений обоснованных организационно – управленческих решений в профессиональной деятельности

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить студентов с различными способами подачи информации, формулирования выводов, предложений, идей в деловых коммуникациях;
- изучить классификацию, модели и стратегии деловых коммуникаций;
- научиться эффективно применять вербальные, невербальные и паралингвистические средства в процессе делового общения и публичных выступлений, переговоров, совещаний в деловой коммуникации;
- научиться распознавать ошибки в деловом общении, способы их предупреждения и провоцирование на них оппонента;
- овладение студентами методами и тактиками проведения презентаций, переговоров
- сформировать умения предупреждать конфликты в деловом взаимодействии.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен предлагать обоснованные организационно - управленческие решения в профессиональной деятельности	**ОПК-4**	ОПК-4.1 Способен осуществлять выбор средств деловой коммуникации для обоснования организационно – управленческих решений в профессиональной деятельности	• Структуру подготовки и порядок проведения деловых коммуникаций для обоснования организационно – управленческих решений; • Классификацию, модели и стратегии деловых коммуникаций с целью выработки обоснованных организационно – управленческих решений	• Распознавать эмоциональное состояние партнера и воздействовать на него с помощью невербальных средств коммуникации для обоснования организационно – управленческих решений • Распознавать ошибки в деловых коммуникациях, способы их предупреждения и провоцирование на них оппонента при обосновании организационно-управленческого решения.	• Владения вербальными, невербальными и паралингвистическими средствами в процессе делового общения, публичных выступлений, переговоров, совещаний для обоснования организационно – управленческих решений • Владения способами влияния и противостояния негативному влиянию при обосновании организационно – управленческих решений	Контактная работа: лекции, тренинги, дидактические игры, Самостоятельная работа

		ОПК-4.2 Способен предлагать обоснованные организационно – управленческих решений используя средства деловой коммуникации в профессиональной деятельности	• Коммуникативные технологии, направленные на обоснование организационно – управленческого решения • Факторы создания положительной атмосферы, причины и способы создания негативной атмосферы во время деловой коммуникации и для обоснования организационно – управленческого решения	• Распознавать скрытые и явные угрозы и находить способы реагирования на них при обосновании организационно – управленческих решений в профессиональной деятельности • Реализовывать свои деловые интересы посредством коммуникации для обоснования организационно – управленческого решения	• Владения методами и тактиками ведения переговоров для обоснования организационно – управленческого решения • Владения тактиками убеждения собеседника в ходе делового общения, публичных выступлений, переговоров, совещаний, деловой переписки для обоснования организационно – управленческого решения	
		ОПК-4.3 Способен применять различные средства деловой коммуникации для обоснования организационно - управленческих решений	• Способы применения технологий подготовки и проведения публичного выступления, переговоров, совещания для обоснования организационно-управленческих решений • Способы подачи информации, формулирования выводов, предложений, идей в деловых коммуникаци	• Применять различные стратегии и тактики коммуникации для обоснования организационно-управленческих решений • Проводить презентации в устной и письменной формах для обоснования организационно-	• Владения технологией объединения партнеров в процессе деловой коммуникации для обоснования организационно-управленческих решений • Владения способами влияния и противостояния негативному влиянию для разрешения конфликтных ситуаций для обоснования организационно-	

			ях во время публичного выступления, деловых переговоров, совещаний для обоснования организационно-управленческих решений	управленческих решений	управленческих решений	

III. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Формы ТКУ Форма ПА/ балл
	Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
		Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стади)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма										
Тема 1. Виды коммуникативных технологий и особенности их использования	2						4		10	Участие в тренинге №1. «Интонация», №2. «Конференция /10 баллов
Тема 2. Практика применения вербальных и невербальных средств в деловой коммуникации	4						4		10	Участие в тренинге №3. «Активное слушание» /10 баллов
Тема 3. Технология подготовки и проведения деловой беседы	4						4	4	10	1)Участие в тренинге №4 «Прием на работу»/ 10 баллов 2)Дидактическая игра №1 «Решение проблемы»/10 баллов
Тема 4. Технология подготовки и проведения совещания	2						4	2	10	1) Участие в тренинге №5 «Деловое совещание» / 10 баллов 2)Дидактическая игра № 2 «Производственное совещание» /10 баллов
Тема 5. Технология подготовки и проведения деловых презентаций	2							4	10	1)Дидактическая игра №4 «Убеди/замотивируй/дай информацию». /10 баллов 2)Дидактическая игра №5 «Презентация в доме культуры города» /10 баллов
Тема 6. Технология подготовки и проведения переговоров	2						4	2	10	1) Участие в тренинге № 5 «Переговоры о поставках»/ 10 баллов 2)Дидактическая игра №6 «Проведение переговоров» /10 баллов
Всего:	**16**						**20**	**12**	**60**	**100**

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Формы ТКУ Форма ПА/ балл
	Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
		Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стади)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма										
Контроль, час	**0**									**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**									

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Виды коммуникативных технологий и особенности их использования.

Реализация предпринимателем бизнес-интересов как главная задача деловой коммуникации. Конкуренция и интеграция интересов для решения задач. Применение различных стратегий и тактик в коммуникации во время публичного выступления, деловых переговоров, совещаний. (Стратегии делового взаимодействия: сотрудничество, соперничество, избегание, приспособление. Тактики воздействия и противодействия: «неожиданность», апелляция к авторитету, прогнозирование, внесение элементов неформальности, юмор, «метод трех да», «черный оппонент», утрирование). Влияние и способы противостояния негативному влиянию: неконструктивное поведение, эффективное поведение. Коммуникативные технологии, направленные на оказание психологического воздействия: императив, манипулирование, провокация, для разрешения конфликтных ситуаций. Стандартизированная, конвенциональная и духовная коммуникативные технологии в партнерских коммуникациях.

Тема 2. Практика применения вербальных и невербальных средств в деловой коммуникации

Практика применения вербальных, невербальных и паралингвистических средств для реализации бизнес-интересов в процессе делового общения и публичных выступлений, переговоров, совещаний. Использование вербальных средств для достижения коммуникативных целей (устная речь, письменная речь, подтекст, выбор стиля общения). Паралингвистические средства воздействия на партнера (тембр, темп, интонация, артикуляция). Тактика применения невербальных средств с целью воздействия на собеседника (позы, жесты, мимика, взгляд, дыхание, рукопожатие, расстояние). Использование особенностей места и времени встречи для реализации собственных интересов. Распознавание эмоционального состояния партнера и воздействие на него с помощью невербальных средств коммуникаций. Уловки в деловых коммуникациях и способы противостояния им. Явные и скрытые угрозы и способы реагирования на них. Искусство задавать вопросы.

Тема 3. Технология подготовки и проведения деловой беседы.

Виды деловых бесед. Подготовка деловой беседы. Проведение деловой беседы. Факторы создания положительной атмосферы во время деловой беседы при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде. Причины и способы создания негативной атмосферы во время деловой беседы. Тактики убеждения, используемые в ходе деловой беседы. Создание и

преодоление барьеров в деловых коммуникациях. Технология объединения партнеров в процессе деловой беседы. Обещания в деловых коммуникациях. Способы выявление лжи во время беседы. Техники снятия эмоционального напряжения во время.

Тема 4. Технология подготовки и проведения совещания.

Виды и стратегии совещаний. Структура подготовки к совещанию и порядок его проведения в зависимости от вида. Требования, предъявляемые к выступлению на совещании. Тактика проведения совещаний в зависимости от реализуемых целей. Способы подачи информации, формулирования выводов, предложений, идей. Составление и согласование протокола. Контроль за выполнением решения.

Тема 5. Технология подготовки и проведения деловых презентаций.

Понятие деловой презентации. Цели и стратегии презентаций при решении задач. Классификация видов презентации: убеждающая, вдохновляющая, коммерческая, управленческая, рекламная, научная, политическая. Подготовка деловой презентации. Тактика проведения вдохновляющей презентации.

Тема 6. Технология подготовки и проведения переговоров.

Классификация переговоров. Модели и стратегии переговоров. Подготовка к переговорам: выбор времени, места, формулировка целей, расстановка приоритетов, диапазон переговоров, подготовка программы действий. Этапы переговорного процесса. Методы и тактика ведения переговоров. Перехват и удержание управления ситуацией на деловых переговорах. Укрепление собственной позиции в переговорах. Работа с уступками в переговорах. Изменение цены. Работа с трудными оппонентом. Сила на этапе внесения предложений и торга. Ошибки в переговорах, способы их предупреждения и провоцирование на них оппонента.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Деловые коммуникации» используются такие виды учебной работы, как лекции, тренинги, деловые игры, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт. Желательно делать пометки, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении тренинга

Тренинг – это форма интерактивного практического занятия, цель которого – сформировать у обучающихся поведенческие паттерны (устойчивые модели поведения, которые человек предпочитает использовать при взаимодействии с другими людьми, доведенные до автоматизма) для дальнейшей успешной работы в профессиональной сфере.

Прежде чем приступать к участию в тренинге, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о целях и задачах тренинга, о порядке проведения тренинга, критериях оценки результатов тренинга;
- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы;

В ходе проведения тренинга обучающийся должен активно

участвовать в работе группы на всех этапах тренинга.

По итогам проведения тренинга обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю

Методические указания для обучающихся по участию в проведении дидактической игры

Дидактическая игра – совместная деятельность обучаемых, направленная на нахождение путей оптимального решения поставленной задачи в соответствии с выбранной или назначенной ролью с целью выработки коммуникативных навыков, развития мышления, умения применять полученные теоретические знания на практике, быстроты оценки ситуации и принятия решения. Дидактическая игра позволяет вовлекать участников в моделирование процессов будущей профессиональной деятельности, развивает помимо профессиональных навыков, аналитические, рефлексивные способности, умение организовать собственную деятельность и деятельность группы.

Прежде чем приступать к участию в дидактической игре, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о целях и практических задачах игры, о порядке проведения дидактической игры, критериях оценки действий участников игры;
- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы, описание игровой ситуации и конкретную роль в дидактической игре с разъяснением функций и порядка действий по сценарию;

По итогам проведения дидактической игры обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем учебной дисциплины и является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Технология деловых коммуникаций» определяется учебным планом. При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на

лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

1. Работу с информацией печатных и интернет-источников (поиск, анализ, систематизацию).
2. Изучение технологий влияния и способов противостояния негативному влиянию.
3. Разработку сценического имиджа оратора.
4. Углубленное изучение ошибок в переговорах, способы их предупреждения и провоцирование на них оппонента.
5. Анализ использования визуальных средств в бизнес-презентации.
6. Изучение тактик проведения совещаний и деловой беседы в зависимости от реализуемых целей.
7. Отработку паралингвистических средств воздействия на партнера, таких как тембр, темп, интонация, артикуляция.
8. Подготовку к аудиторным занятиям (тренингу, дидактической игре), то есть подготовку к выполнению упражнений, результатом которого является обретенный новый опыт, новые знания, сформированные умения и навыки.
9. Подготовку к зачету по дисциплине, которая включает в себя просмотр всего материала Бояриновой И.П. «Деловые коммуникации».

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты в виде интеллект-карты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в интеллект-карте выделять, чтобы при просмотре материала они лучше запоминались.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма контроля**
Тема 1. Виды коммуникативных технологий и особенности их использования	Влияние и способы противостояния негативному влиянию: неконструктивное поведение, эффективное поведение.	Работа с информацией печатных и интернет-источников (поиск, анализ, систематизация). Подготовка к тренингу. Выполнение заданий тренинга по теме с использованием изученного материала.	Участие в тренинге с использованием самостоятельно изученных материалов.
Тема 2. Практика применения вербальных и невербальных средств в деловой коммуникации	Паралингвистические средства воздействия на партнера (тембр, темп, интонация, артикуляция)	Работа с информацией печатных и интернет-источников (поиск, анализ, систематизация). Подготовка к тренингу. Выполнение заданий тренинга по теме с использованием изученного материала.	Участие в тренинге с использованием самостоятельно изученных материалов.
Тема 3. Технология подготовки и проведения деловой беседы	Тактика проведения деловой беседы в зависимости от реализуемых целей.	Работа с информацией печатных и интернет-источников (поиск, анализ, систематизация). Подготовка к тренингу и дидактической игре. Выполнение заданий тренинга и дидактической игры по теме с использованием изученного материала.	Участие в тренинге и дидактической игре с использованием самостоятельно изученных материалов.
Тема 4. Технология подготовки и проведения совещания	Тактика проведения совещаний в зависимости от реализуемых целей.	Работа с информацией печатных и интернет-источников (поиск, анализ, систематизация). Подготовка к тренингу и дидактической игре. Выполнение заданий тренинга и дидактической игры по теме с использованием изученного материала.	Участие в тренинге и дидактической игре с использованием самостоятельно изученных материалов.
Тема 5. Технология подготовки и проведения деловых презентаций	Сценический имидж оратора. Использование визуальных средств в бизнес-презентации.	Работа с информацией печатных и интернет-источников (поиск, анализ, систематизация). Подготовка к дидактической игре. Выполнение заданий дидактической игры по теме с использованием изученного материала.	Участие в дидактической игре с использованием самостоятельно изученных материалов.
Тема 6. Технология подготовки и проведения переговоров	Ошибки в переговорах, способы их предупреждения и провоцирование на них оппонента.	Работа с информацией печатных и интернет-источников (поиск, анализ, систематизация). Подготовка к тренингу и дидактической игре. Выполнение заданий тренинга и дидактической игры по теме с использованием изученного материала.	Участие в тренинге и дидактической игре с использованием самостоятельно изученных материалов.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Бояринова И.П. Деловые коммуникации: учеб. пособие / 3-е изд.– М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2017. – 112 с. режим доступа http://e-biblio.ru/book/bib/06_management/Tehnol_delov_komm/sg.html

Дополнительная литература:

1. Без конфликтов: тактика успешного сотрудничества / М.Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 325 с. Режим доступа URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428384

2. Вылегжанина А. О. Деловые и научные презентации: учебное пособие / М., Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 116 с. режим доступа URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446660

3. Деловые коммуникации / Е. А. Емельянова; М-во образования и науки Российской Федерации, Томский гос. ун-т систем упр. и радиоэлектроники. - Томск: Эль Контент, 2014. режим доступа URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480463

4. Каверин Б. И., Демидов И. В. Ораторское искусство: учебное пособие / М.: Юнити-Дана, 2015. – 255 с. режим доступа URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114430

5. Кеннеди Г. Договориться можно обо всем! Как добиваться максимума в любых переговорах/ Гевин Кеннеди; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер. 2019. – 410 с.

6. Кеннеди Г. Переговоры: Полный курс/Гевин Кеннеди: Пер с англ. – М.: Альпина Паблишер. 2020. – 385 с.

7. Кузнецов И. Н. Деловое общение: учебное пособие / М.: Дашков и Ко, 2013. – 528 с. режим доступа http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496102

8. Кэмп Д. Сначала скажите "Нет": уникальная система подготовки и ведения переговоров с помощью которой ежегодно заключаются сделки на общую сумму более 100 миллиардов долларов. - Москва : Добрая книга, cop. 2019. - 320 с режим доступа http://biblioclub.ru.

9. Мунин А. Н. Деловое общение: курс лекций: учебное пособие / М.: Флинта, 2010. – 376 с. режим доступа URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83389

10. Хофф Р. Я вижу вас голыми : Как подготовиться к презентации и с блеском ее провести / Рон Хофф ; Пер. с англ. А. Д. Иорданского. - Москва : Класс, 2001. - 211

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Голос. Выступление. Общение. Инстаграм Седы Каспаровой	https://www.instagram.com/sedakasparova/ —
2.	StartUp Show: какие идеи	https://www.e-

	привлекают инвесторов.	xecutive.ru/finance/investment/1991191-startup-show-kakie-idei-privlekaut-investorov
3.	А.Смирнов «Осторожно: обобщения! Что противопоставить манипулятору в переговорах	https://www.e-xecutive.ru/management/sales/1984646-ostorozhno-obobscheniya-chto-protivopostavit-manipulyatoru-v-peregovorah
4.	Бехтерев С. Шесть советов как получить согласованный протокол в конце совещания	https://www.e-xecutive.ru/management/practices/1897014-shest-sovetov-kak-poluchit-soglasovannyi-protokol-v-kontse-soveschaniya
5.	Плигин А.А., Герасимов А.В. Руководство к курсу НЛП-Практик	http://psycholog-evs.ru/files/lib/detskaya/pligin_a_nlp-praktik_1.pdf
6.	Фишер Р., Юри У. Паттон Б. Переговоры без поражения. Гарвардский метод	https:// www.litres.ru/brus-patton/peregovory-bez-porazheniya-garvardskiy-metod/chitat-onlayn/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тренинг	Интерактивная форма обучения, предполагающая участие обучающихся в групповой дискуссии по обсуждению профессионально важной проблемы в рамках дисциплины. Участники тренинга в командах выполняют практическое задание, в том числе участвуют в ролевых играх. Оценивается: Активность участников команды в процессе подготовки и выступления, результаты выступлений и последующее участие в дискуссии. Способность обучающихся самостоятельно организовывать индивидуальную и командную деятельность в соответствии с предлагаемыми условиями ситуации и в зависимости из распределенных ролей.	9-10 – участник тренинга проявил высокую активность в подготовке задания, аргументировано и обосновано изложил позицию по обсуждаемому вопросу в соответствии с исполняемой ролью. Убедительно и наглядно представил данную позицию в разыгрываемых ситуациях, согласно условиям задания. Ответил полно и аргументировано на все вопросы преподавателя и представителей других команд. Активно участвовал в дискуссии. 6-8 - участник тренинга проявил умеренную активность при подготовке, вполне убедительно представил заданную позицию в разыгрываемых ситуациях, правильно определив основные характеристики исполняемой роли. Недостаточно полно аргументировал излагаемую позицию. Ответил на все вопросы преподавателя и представителей других команд, активно участвовал в последующей дискуссии. 3-5 - участник тренинга пассивно и формально готовился к выполнению задания, не слишком убедительно представил заданную преподавателем позицию, недостаточно ее аргументировал. Не смог корректно и полно ответить на вопросы преподавателя и представителей других команд. В дискуссии принимал пассивное участие. 1-2 – участник пассивно готовился к заданию, не исполнял конкретную роль в предлагаемой игре, но активно участвовал в дискуссии, активно задавал вопросы игрокам других команд, дополнял ответы представителей своей команды. 0 баллов – участник не готовился к выполнению задания, не принимал участия в игре, не исполнял роль, не принимал участия в дискуссии, не отвечал на вопросы и не дополнял ответы своих коллег.
2.	Дидактическая игра	Одна из интерактивных форм обучения, предполагающая имитацию рабочего процесса, его моделирование, упрощенное воспроизведение реальной производственной или управленческой ситуации. Дидактическая игра– это обучающая игра, направленная на усвоение	7-10 баллов – участник игры убедительно сыграл свою роль, продемонстрировав усвоение следующих знаний и умений: • использование факторов создания положительной атмосферы; • умение выбирать один из методов начала беседы, характеризуя проблему, вынесенную на обсуждение; • умение управлять беседой, регулируя соблюдение регламента и ход обсуждения

№	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
		новых знаний и умений темы. Оценивается по результатам выступлений обучающихся. Продолжительность деловой игры – 1 академический час.	вопроса; • умение подводить итоги деловой беседы, указав на принятые решения; • умение использовать «приём бутерброда» во время беседы; • умение кратко и ясно излагать свои мысли; • найти применение некоторым правилам убеждения. 3-6 баллов – участник игры в целом убедительно сыграл свою роль, однако не был использован ни один из факторов создания положительной атмосферы, или наблюдалось несоблюдение регламента, а значит, неумение управлять беседой, или была нарушена ясность изложения. **2-1 балл** – обучающийся принял участие в деловой игре, однако большинство знаний и умений, необходимых для усвоения данной темы не были продемонстрированы. **0 баллов** – обучающийся не принимал участие в деловой игре.

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

<u>Типовые задания к тренингам</u>

Тренинг по теме 1 «Виды коммуникативных технологий и особенности их использования».

Задание тренинга №1. «Интонация»

Интонация в большей степени, чем другие невербальные средства, передает истинные оценки и эмоции говорящего. Обучающимся даётся задание раскрыть свой интонационный потенциал в произнесении слова «ЗДРАВСТВУЙТЕ». Задача поздороваться с разными группами людей с однокурсниками/преподавателями/ руководителем

- сухо, официально;
- доброжелательно;
- радостно;
- иронично;
- с обидой.

Вопросы для анализа:

1. По каким параметрам выделяются виды деловых коммуникаций?
2. В чем преимущество письменной формы общения?
3. В чем преимущество устной формы общения?
4. В чем разница при коммуникации с разными группами людей?
5. В чем состоит отличие в коммуникации с представителями различных культур?

Задание тренинга №2. «Конференция»

Участникам дается задание провести переговоры по организации конференции «Предпринимательская деятельность разных культур». Для этого участники делятся на группы. В ходе переговоров обсуждаются вопросы о тематике конференции, о ее целях и задачах, регламенте, последовательности выступлений, месте проведения, бюджете и т.д.. Остальные участники выступают в роли наблюдателей.

Итогом обсуждения является заключение договора о проведении конференции либо отказ от него. Возможен и промежуточный результат, при котором команды не достигают согласия, но допускают возможность дальнейших переговоров и вырабатывают повестку дня для последующих этапов.

После завершения проводится анализ задания:

1. Какого результата удалось достичь?
2. Какие коммуникативные приемы были более удачные?
3. Какие ошибки допускали представители различных культур?
4. Что следует учитывать в деловых коммуникациях?
5. Какие вопросы лучше решать в письменной форме? Какие вопросы обсуждаются лучше в письменной форме?

Тренинг по теме 2 «Практика применения вербальных и невербальных средств в деловой коммуникации».

Задание тренинга №3. «Активное слушание»

Прослушав диалог главного специалиста и руководителя отдела сбыта, выделите критерии оценки слушающего с точки зрения соблюдения правил активного слушания. Дайте экспертную оценку слушающему по каждому из разработанных критериев. Сделайте выводы.

С учётом полученных выводов прослушайте диалог начальника отдела и специалиста, вернувшегося из командировки. Дайте экспертную оценку слушающему.

Порядок выполнения работы

1. Из группы выбираются две команды по два человека, которые будут исполнять роли собеседников. Остальная часть группы делится на команды по 3 - 5 человек, которые выступят в роли экспертов (описание ролей приведено ниже).

2. В течение 5-10 мин главный специалист и руководитель отдела ведут беседу на заданную тему. Эксперты внимательно слушают.

3. Экспертные группы вырабатывают критерии оценки качеств слушающего с точки зрения правил активного слушания.

4. Эксперты дают оценку (от 0 до I балла) слушающему по выработанным критериям.

5. Экспертные группы обосновывают данные ими оценки, указывают выявленные нарушения правил активного слушания и делают выводы.

6. В течение 5-10 мин начальник отдела и специалист, вернувшийся из командировки, ведут беседу на заданную тему. Эксперты внимательно слушают.

7. Эксперты дают оценку (от 0 до I балла) слушающему по выработанным критериям, обосновывают данные ими оценки, указывают выявленные нарушения правил активного слушания и снова делают выводы.

8. Экспертные группы оформляют отчет о проделанной работе.

Требования к отчету

Отчет должен содержать:

1) список экспертной группы;

2) критерии оценки качеств слушающего;

3) экспертные оценки по критериям;

4) выводы по работе.

Описание ролей. Часть 1.

Главный специалист: до Вас дошла информация о недопоставке принтеров заказчику. Вызвав руководителя отдела сбыта, Вы рассчитываете получить полную информацию по этому вопросу. Используя приемы, предложенные в теоретической части, постарайтесь создать располагающие к откровенному разговору условия для Вашего собеседника и решить проблему.

Руководитель отдела: в Вашем отделе в последнее время наблюдалась большая текучесть кадров. По этой причине Вам не удавалось сформировать сплоченный коллектив, который действовал бы скоординированно и продуктивно. В связи с этим приходилось принимать необоснованные решения, которые не были досконально проработаны специалистами в соответствующей области, поскольку Вы исходили из своих довольно поверхностных общих знаний, так как Вы являетесь руководителем-организатором, а не специалистом по сбыту. Ситуация усложнилась, когда предприятие начало выпускать принципиально новые модели принтера. Изменилась комплектация и упаковка продукции. Заявка на предоставление транспорта была подана вовремя, но без учета новых условий транспортировки товара. Погрузочные работы не были должным образом продуманы и организованы. В результате удалось поставить заказчику в указанный срок лишь часть продукции, а остальная часть осталась на складе. Ваша задача -проинформировать главного специалиста о причинах недопоставки и найти выход из сложившейся ситуации.

Эксперт: Ваша цель - внимательно следить за ходом беседы. Анализируя поведение слушателя, Вы должны оценить его по выделенным критериям.

Описание ролей.

Часть 2.

Вторая команда корректирует подготовленный диалог с учётом (замечаний и предложений, высказанных экспертными группами первой команде.

Начальник отдела: Вы отправили хорошего специалиста, профессионала по ведению переговоров, в командировку. Целью было завершение переговоров, касающихся удвоения объёмов поставок. Тот получил от Вас достаточно чёткий инструктаж, был ознакомлен с желаемым результатом, получил достаточно информации о партнёре по переговорам. По окончании переговоров специалист в телефонном разговоре сообщает о неудовлетворительном для Вас их исходе. Вы вызываете его для выяснения причины неудачных переговоров.

Специалист: Вас отправили в командировку для проведения переговоров. Ваш начальник дал вам слишком подробный и чёткий инструктаж, но за время, прошедшее после предварительных телефонных переговоров, ситуация у Вашего партнёра изменилась. Их ограничили собственные поставщики. Когда Вы приехали, партнёр предложил совершенно новые условия, пойти на которые Ваша компания могла бы только с дополнительными предложениями с Вашей стороны. Но ваш начальник не дал Вам полномочий принимать решения по модификации ранее обсуждаемых условий. Вам пришлось договориться об отсрочке переговоров для улаживания этого вопроса с Вашим начальником. Кроме того, на месте выяснилось, что текущий график поставок не согласован, что Вашего менеджера по поставкам ждали ещё 10 дней назад, и поэтому большую часть времени Вам пришлось улаживать этот вопрос.

Эксперт: Ваша цель - внимательно следить за ходом беседы. Анализируя поведение слушателя, Вы должны оценить ею по выделенным критериям.

Вопросы.

1. Как был установлен первоначальный контакт?

2. Быстро ли освоился в обстановке собеседник?

3. Какие приемы использовал главный специалист для демонстрации активного слушания?

4. Насколько хорошо были использованы вопросы для продвижения интервью в определенном направлении?

5. Сумел ли слушающий получить необходимый объем информации?

6. Насколько эффективно слушающий использовал невербальные средства общения?

7. Насколько полезным оказался разговор?

Тренинг по теме 3 «Технология подготовки и проведения деловой беседы».

Задание тренинга №4 «Прием на работу»

Задачей участников является провести деловые беседы с поступающими на работу на конкурсной основе. Определить соответствие требованиям должности, выявить лучшего претендента.

Подготовка. Выбирается один человек для исполнения роли директора фирмы или менеджера по персоналу. Его задачи:

• продумать название фирмы, придумать вакансии;

• составить личностную спецификацию для вакантной должности: физические особенности (обязательные требования и противопоказания); имидж претендента; образование, наличие квалификации; компетентность; личностные и деловые характеристики; интересы; данные о претенденте (пол, возраст, прописка, семейное положение и т.п.);

• провести собеседование.

Задачи претендентов на должность:

• ознакомиться с содержанием труда специалиста, на чью должность составлена вакансия;

• выяснить требования, которые предъявляются такому специалисту;

• составить резюме;

• продумать ответы на вопросы, которые могут быть заданы;

• подготовить не менее 5 вопросов, которые задаст работодателю претендент;

• отработать версии самопрезентации.

На каждую объявленную должность может быть принят только один претендент.

Какие вопросы вам могут задать на собеседовании?

1. Расскажите немного о себе.

2. Как вы смотрите на жизнь: какие видите в ней сложности и как с ними справляетесь?

3. Чем вас привлекает работа у нас в данной должности?

4. Почему вы считаете себя достойным занять эту должность? В чем ваши преимущества перед другими кандидатами?

5. Каковы ваши сильные стороны?

6. Каковы ваши слабые стороны?

7. Почему вы ушли с предыдущей работы?

8. Получали ли вы другие предложения о работе?

9. Не помешает ли ваша личная жизнь данной работе, связанной с дополнительными нагрузками?

10. Как вы представляете свое положение через пять (десять) лет?

11. Какие изменения вы бы произвели на новой работе?

12. На какую зарплату вы рассчитываете?

13. Что вы можете рассказать о своих профессиональных связях, которые вы могли бы использовать на новой работе?

14.Как вы повышаете свою профессиональную квалификацию?

15.Чем вы любите заниматься в свободное время?

16.В какие сроки вы могли бы приступить к работе?

17.За что вас критиковали последние четыре года?

18.Вы чаще соглашаетесь или спорите и почему?

19.Какие из своих должностных обязанностей вы выполняете с наибольшим удовольствием?

20.Назовите те ситуации, в которых вам не удалось добиться успеха. Почему?

21.Как вы относитесь к методу принуждения и угроз по отношению к подчиненным? В каком случае следует прибегать к угрозам?

22.Часто ли вы используете похвалу в адрес подчиненных и других людей?

23.Человеку свойственно приукрашивать себя, устраиваясь на работу. В чем вы приукрасили себя?

Тренинг по теме 4 «Технология подготовки и проведения совещания».

Задание тренинга №5 «Деловое совещание»

Задание.

Вы владелец фирмы, производящий продукт.

Основной состав персонала — выпускники высших и средних специальных учебных заведений. Фирма преуспевает: хорошие отзывы клиентов, растет спрос. Однако справляться с заказами становится труднее, так как технических средств недостаточно и к тому же они быстро устаревают, совершенствуется обеспечение, не удовлетворяет режим работы.

Ваш бюджет позволяет выделить средства на расширение и реорганизацию в размере 30 тыс. долл.

Таким образом, основная задача подгруппы - разработать план развития фирмы, обеспечивающий нормальные условия работы при расширении сферы деятельности.

При разработке плана сотрудники испытали некоторые затруднения с определением номенклатуры компьютеров и оргтехники, подлежащих замене, режима работы и программы повышения квалификации. Директор, обсудив этот вопрос с ведущим программистом -руководителем группы, принял решение о проведении делового совещания по данной проблеме.

Докладчик на совещании - ведущий специалист. Он же распоряжением по фирме назначен председателем комиссии по анализу использования компьютеров и оргтехники в фирме, анализу степени их износа, а также по ознакомлению с прогрессивными техническими средствами. На подготовку совещания отведено 2 недели. Установлена дата и время проведения совещания.

В состав комиссии вошли;

• ведущий специалист— председатель комиссии;

• офисные работники — члены комиссии;

• менеджеры по работе с клиентами - члены комиссии.

Комиссии необходимо, используя данные проведенного анализа и информацию о новых технических средствах, выработать решение об эффективном использовании выделенных средств.

Порядок выполнения работы

1. Выделите из группы 4-х студентов с поручением оценить действия и поведение участников совещания. Одного из них назначьте руководителем группы экспертов.

2. Сформируйте подгруппы участников подготовки совещания:

• директор - председатель совещания;

• ведущий специалист— председатель комиссии;

• офисные работники — члены комиссии;

• менеджеры по работе с клиентами - члены комиссии.

3. Остальная часть группы студентов - участники совещания; они должны выступать по следующим вопросам (преподаватель закрепляет вопросы за отдельными участниками совещания).

В связи с развитием фирмы появятся новые виды оборудования, незнакомые сотрудникам, поэтому необходима организация обязательного изучения оборудования и привития навыков работы на нем.

• Необходимость переподготовки сотрудников для работы на новых видах оборудования.

• Необходимость увеличения рабочего дня с 6 до 8 часов в день и соответственно заработной платы.

• Необходимость увеличения количества сотрудников в связи с ростом объемов заказов.

• Организация технического обслуживания новых технических средств.

• Необходимость приобретения современных принтеров.

Период времени, в течение которого проводится модернизация компьютера (с учетом увеличения его быстродействия в 3,5 раза).

• Улучшение условий труда.

Повышение качества и объема и создание новых, эксклюзивных, видеопрезентаций.

• Необходимость покупки сложного оборудования с целью хранения информации обо всех клиентах фирмы, их пожеланиях и вкусах.

4. Председатель комиссии распределяет между участниками задания, согласно, по анализу имеющихся средств на фирме, возможностей модернизации компьютера или замены в целях обеспечения повышения скорости обработки данных в 3,5 раза и улучшения качества видеопрезентаций.

5. Председатель комиссии на основе результатов анализа готовит доклад и предложения по проведению модернизации фирмы для повышения скорости обработки данных в 3,5 раза и улучшения качества видеопрезентаций.

6. Председатель проводит совещание на тему «Модернизация фирмы в целях расширения и повышения качества обслуживания».

9. Информация для докладчика, председателя и членов экспертной комиссии о правилах их действия и поведения представляется преподавателем в процессе проведения занятия.

Принятое решение по модернизации фирмы анализируется и комментируется преподавателем, который указывает, достигнута цель, поставленная перед деловым совещанием, или нет.

Тренинг по теме 6 «Технология подготовки и проведения переговоров».

Задание тренинга № 5 «Переговоры о поставках»

Участники делятся 2 на команды по 3 человека, которым раздаются роли.

От Компании №1:

1. Владелец компании, который заинтересован в сотрудничестве, так как это шанс вывести фирму на мировой уровень
2. Помощник, которому договор поможет сразу закрыть ипотеку.
3. Менеджер, которому не хочется лишней рабочей нагрузки, которая произойдет, если компании заключат договор.

От Компании партнера №2:

4. Сотрудник, который собирается менять работу и интересован в сотрудничестве с компанией №1 как работодателями;
5. Руководитель, который хочет максимально сэкономить и по итогам года выплатить себе премию;
6. Менеджер, которому не нравятся все представители компании №1 (причину придумать).

Остальные участник выполняют роль наблюдателей. Компании №1 дается задание провести переговоры о поставках своей продукции Компании №2. Задача убедить их подписать договор на крупную оптовую поставку на наиболее выгодных для компании условиях.

После окончания упражнения участники обсуждают следующие вопросы:

- Какие приемы были наиболее эффективными для распознавания эмоционального состояния партнеров?
- Факторы создания положительной атмосферы использовали участники?
- Удалось ли изменить эмоциональное состояние партнеров?
- Какими способами влияния и противостояния негативному влиянию для разрешения конфликтных ситуаций воспользовались участники?

<u>Типовые задания к дидактическим играм</u>

Дидактическая игра №1 «Решение проблемы»

Порядок проведения:

- При проведении распределение ролей не производится, а участниками являются все присутствующие на занятии.
- Руководитель игры напоминает участникам основные теоретические положения по подготовке деловых деловой беседы, включающие следующие основные группы действий.

Задание.

Ваше предприятие ведущая компания города Н. В этом году участились пожары на строительных объектах. Это наносит колоссальный ущерб бизнесу. Ваш бюджет позволяет выделить средства на решение этой проблемы в размере 30 тыс. долларов.

Таким образом, основная задача решить организационные вопросы с начальниками объектов, сотрудниками компании, который бы обеспечивал нормальные условия работы компании.

Порядок выполнения работы:

1. Выделите из группы 4-х студентов с поручением оценить действия и поведение участников беседы. Одного из них назначьте руководителем группы экспертов.
2. Сформируйте подгруппы участников подготовки к деловой беседе с сотрудниками компании (те, кто готовят документы, те, кто участвуют в беседе, те, кто готовят документы после).
3. Остальная часть группы студентов – участники беседы, которые должны задавать вопросы в ходе проведения.

Если, по мнению ведущего, цель беседы достигнута, подводятся итоги работы. Если выработка решения не получается, можно попробовать упростить задачу, изменив предлагаемые обстоятельства. В заключение формулируется итоговое решение и записывается в форме резолюции.

Дидактическая игра № 2 «Производственное совещание»

Участникам предлагается примерный сценарий дидактической игры, но котором закрепляются полученные знания.

План игры «Производственное совещание»:

Сценарий деловой игры	
Вводная часть	Предприниматель не так давно стал директором. Ему впервые предстоит провести оперативное совещание.
Игровая ситуация	Ознакомление с ситуацией на фирме. В совещании участвуют директор, заместитель по производству, начальники отделов, сотрудники, секретарь;
План подготовки к совещанию	• Распределение ролей (7 сотрудников и 10 экспертов) • ведущий организует информирование участников игры с характеристиками сотрудников на совещании. • удаление директора на время в другой кабинет «по производственной» необходимости. • далее ведущий доводит до участников информацию о поведении сотрудников на совещании (из характеристик).

	Присутствующие на совещании отнеслись к новому начальству со скептицизмом и недоверием.
Совещание	Выступление директора, реакция и вопросы от начальников.
Дискуссия и коллективное обсуждение вопросов.	Каким будет поведение директора на совещании? Что он может сказать или сделать для налаживания деловых контактов с сотрудниками? Какие управленческие решения он может принять при подведении итогов первого оперативного совещания?
Подведение итогов	Выводы от экспертов, от участников игры. Самоанализ. Решили ли поставленные задачи, достигли ли целей?

Дидактическая игра №3 «Убеди/замотивируй/дай информацию».

Участники в течение 20 минут готовят три презентации для своего бизнеса с разными типам воздействия на слушателей (убеждающую, мотивирующую, информационную), которая адресуется реальным людям — членам данной группы, играющим роль потенциальных клиентов. После этого каждый из предпринимателей выступает с маленькой презентационной речью (1-2 минуты). Ведущий просит всех «клиентов» решить для себя, понравилось ли им предложение.

После окончания упражнения участники обсуждают следующие вопросы:

- Какой тип презентации наиболее эффективен для данного направления бизнеса?
- Что в конечном счете повлияло на выбор?
- Какая презентация была наиболее эффективной? Почему?

Дидактическая игра №4 «Презентация в доме культуры города»

Участникам дается задание выступить с презентацией своего продукта в доме культуры с целью привлечения новых клиентов в маленьком городе с населением 100 тысяч человек и средним заработком 20 тысяч рублей в месяц. Аудитория, согласно данным, полученным в администрации: рабочие хлебного завода, строители, фермеры служащие, мамы с детьми, пенсионеры, местные авторитеты; 10% из них имеют среднее специальное образование, 2% – высшее образование, 88 % – среднее образование, возраст 0-95 лет, коренные жители города, окрестных поселков, приезжие. Роли в группе распределяются случайным образом и могут не совпадать с заявленными в сети интернет. Каждому из участников достается карточка с ролью, например: «Вы рабочий, которому два месяца не выплачивали зарплату, у вас 3-е детей и вас вынудили прийти, несмотря на ваше нежелание», «Вы пенсионерка, которая всегда приходит на все массовые мероприятия с целью привлечь к себе внимание» и т.д.

Задача – использовать полученные знания и умения для разрешения конфликтных ситуаций.

После завершения презентации ведущий просит всех слушателей решить для себя, понравилось ли им презентация и согласны ли они купить продукт.

После окончания упражнения участники обсуждают следующие вопросы:

- Какие приемы были наиболее эффективными для распознавания эмоционального состояния аудитории?
- Факторы создания положительной атмосферы использовали выступающие?
- Удалось ли выступающему изменить эмоциональное состояние аудитории?
- Какими способами влияния и противостояния негативному влиянию для разрешения конфликтных ситуаций воспользовался

выступающий?

Дидактическая игра №5 «Проведение переговоров»

Инструкция для участника № 1. Вы владелец компании «Пожконтроль», занимающейся пожарным аудитом, то есть устанавливающей степень соответствия предприятия всем нормам противопожарной безопасности.

Ваш клиент, ООО «Акваэксперт», просрочил оплату ваших услуг. За два дня до срока оплаты Вы напомнили директору этой компании (именно он занимается закупками и отдает распоряжения о перечислении денег) о приближении срока оплаты, он обещал оплатить счет. Пришел день оплаты, но деньги так и не поступили, поэтому на следующий день Вы решили лично встретиться с должником.

Компания «Акваэксперт» является крупным клиентом, который приносит хороший доход, и Вы не хотите испортить отношения с ним. Регулярно открывая новый филиал, эта компания обращаются к вам за услугами.

Ваша задача: добиться оплаты оказанных услуг, не испортив при этом отношения с клиентом.

Инструкция для участника № 2. Вы — директор ООО «Акваэксперт». Компания «Пожконтроль» предоставило вам услугу по пожарному аудиту с отсрочкой платежа, что для вашей компании очень выгодно. Как правило, Вы оплачиваете счета вовремя. Но в этот раз Вы просрочили дату платежа, хотя менеджер напоминал Вам об оплате за два дня до окончания срока, поскольку данная сумма нужна Вам для обучения персонала. Вы можете оплатить счет, но Вам это невыгодно. На следующий день после наступления даты директор приехал к вам на встречу.

Ваша задача: максимально оттянуть сроки оплаты услуги, не испортив при этом отношения.

Этапы игры: этапы проведения переговоров.

Распределение ролей: Условно разделяем аудиторию на две команды: компания «Пожконтроль» и компания ООО «Акваэксперт». Участники выбирают директоров, заместителей, инспекторов, экономистов и т.д. и продумывают аргументы в защиту своих позиций.

Составление документации:

1. Протокол о распределении должностей.
2. Письмо – предложение (одна договаривающаяся сторона) и ответ на него (другая договаривающаяся сторона).
3. Договор.
4. Акты выполненных работ.

Все документы подшиваются в папке и передаются экспертной группе.

Оценка действий участников игры:

Баллы: за использование речевых этикетных формул, за использование профессиональных терминов, за использование речевых тактик.

Штрафные баллы: за несоблюдение речевого этикета, грамматические ошибки, речевые ошибки, некорректный вопрос, излишнюю эмоциональность, неправильное использование профессионального термина.

Таким образом, эффективным методом организации и проведения практических занятий является деловая игра, которая пробуждает познавательную активность студентов, содействует становлению самостоятельности мышления, формирует профессиональный менталитет, терминологическую культура будущих специалистов, помогает отработке коммуникативной составляющей любой профессиональной сферы

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Деловые коммуникации» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет с оценкой представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины (курса), а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины (курса). результате освоения дисциплины (курса) (решение задачи).	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: 1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40. **«Зачтено»** **— 90-100**– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **— 70 -89** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **— 50-69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. **«Не зачтено»** **— менее 50 баллов** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Что называется деловыми коммуникациями? Расскажите об узком понимании термина «коммуникация». Расскажите о широком понимании термина «коммуникация». Каковы общие признаки понятий «общение» и «коммуникация»?

2. По каким параметрам выделяются виды деловых коммуникаций? В чем преимущество письменной формы общения? В чем преимущество устной формы общения?

3. Что такое вербальные/невербальные средства? Какие вы знаете виды невербальных средств? Расскажите о визуальных невербальных средствах.

4. Какие невербальные средства называются открытыми/закрытыми, включающими/исключающими, авторитарными /демократическими?

5. Что представляет собой конкуренция? Раскройте понятия интеграции.

6. Что такое деловая коммуникация? Что является предметом деловой коммуникации, содержанием деловой коммуникации, целью деловой коммуникации? Каковы функции деловой коммуникации?

8. Что называется деловой беседой? Какова последовательность проведения деловой беседы?

9. Расскажите о правилах убеждения, используемых в ходе деловой беседы?

10. Расскажите о барьерах взаимодействия, возникающих в процессе деловой коммуникации. Как преодолевать барьеры в общении?

11. Назовите этапы подготовки и проведения совещания. Каковы причины неэффективных, «затяжных» совещаний?

12. Что такое презентация? Какие виды презентаций вы знаете? Какова цель деловой презентации?

13. Аудитория как социально-психологическая общность людей. Каковы особенности поведения и реакции людей в большой и маленькой аудитории? Приёмы управления аудиторией.

14. Подготовка презентации: основные этапы.

15. Что такое деловые переговоры? Какие признаки лежат в основе классификации переговоров? Назовите этапы переговорного процесса.

16. Расскажите о технике ведения переговоров. В чём суть метода позиционного торга (конфронтационного подхода) и метода принципиальных переговоров (партнёрского подхода)?

17. Что такое переговоры? Какие бывают виды переговоров?

18. Отработку каких вопросов предполагает этап подготовки к переговорам?

19. Каковы преимущества, когда переговоры ведет один человек?

20. Каковы преимущества, когда переговоры ведет команда?

21. Чем отличаются конфронтационный и партнёрский подходы к переговорам?

22. В чем заключаются тактики воздействия и противодействия в деловых коммуникациях оппонента для разрешения конфликтных ситуаций?

23. Какие бывают способы влияния и противостояния негативному влиянию оппонента для разрешения конфликтных ситуаций?

24. Что представляют собой явные и скрытые угрозы?

25. Какие существуют способы реагирования на явные и скрытые угрозы?

Задания 2-го типа

1. Согласны ли Вы с тем, что в любом неофициальном деловом мероприятии присутствует компонент официальности? Обоснуйте свой ответ.

2. Расскажите о прямом и косвенном видах общения. В чём недостаток, несовершенство косвенного вида общения?

3. Как Вы считаете, неинформативное (фатическое) общение в условиях делового взаимодействия — это пустая трата времени или необходимость?

4. Какие уровни тактики воздействия и противодействия можно назвать наиболее эффективными? Почему?

5. Какой уровень психологического воздействия называется императив? Назовите отличия императива, манипулирования, провокации.

6. Согласны ли Вы с тем, что внешний вид партнёра создаёт облик человека в целом, обозначает его статус, рассказывает об увлечениях, но прямого отношения к речевому общению не имеет?

7. Согласны ли Вы с тем, что, желая переубедить собеседника, мы должны начинать беседу не с разделяющих нас моментов, а с того, в чём мы согласны с ним? Обоснуйте свой ответ.

8. Согласны ли Вы с тем, что если есть расхождения между содержанием речи и тоном сообщения в деловом телефонном разговоре, то собеседник, принимающий звонок, будет больше доверять тону, чем содержанию? Почему так происходит?

9. Согласны ли Вы с тем, что во время делового телефонного разговора каждый собеседник должен лимитировать продолжительность своих реплик и периодически делать паузы? Обоснуйте свой ответ.

10. Какие элементы включает в себя грамотное общение по телефону, когда речь идет об инициаторе делового телефонного разговора? Какие элементы включает в себя грамотный ответ по телефону? Почему в процессе делового телефонного разговора не рекомендуется использовать фразу типа *«Будьте добры, повторите, пожалуйста, адрес, если вам не трудно»*?

11. Почему в процессе делового телефонного разговора не рекомендуется использовать фразы «Я не знаю», «Мы не сможем этого

сделать», «Подождите секундочку, я скоро вернусь», «Могу ли я вам помочь»? Откорректируйте данные выражения.

12. Что такое перефразирование, тезирование, резюмирование? Назовите основные изменения, которые происходят с информацией при перефразировании?

13. Прокомментируйте утверждение: «Особенности речи и речевого поведения делового человека зависят от трёх основных факторов:

- обстановка коммуникации;
- количество участников коммуникации, их отношения;
- цели взаимодействия».

14.Назовите основные тактики убеждения, используемые в ходе деловой беседы.

15. Прокомментируйте утверждение: «Желая переубедить собеседника, начинайте не с разделяющих вас моментов, а с того, в чём вы согласны с ним».

16. Как Вы считаете, по своим целям деловые переговоры максимально близки дисциплинарной беседе, проблемной беседе, кадровой беседе или беседе с посетителями? Аргументируйте свой ответ.

17. Прокомментируйте утверждение: «Пытаясь изменить в свою пользу ход переговоров, никогда не следует прибегать к уловке, которую иной раз позволяют себе наши представители на переговорах: они говорят, что кто-то предлагает им более выгодные условия сделки».

18. Какие существуют способы выявление лжи во время беседы?

19. Чем отличается знакомство в сфере делового общения от знакомства в личной сфере общения? Какова специфика выбора тем обсуждения в официально-деловой речи и светской беседе?

20. Как окружающая обстановка влияет на выбор факторов создания положительной атмосферы?

21. Какие вы знаете причины и способы создания негативной атмосферы во время деловой беседы? Приведите примеры.

22. Какие вы знаете технологии объединения партнеров в процессе деловой беседы? Приведите примеры.

23. Что такое деловое совещание? Каковы его разновидности?

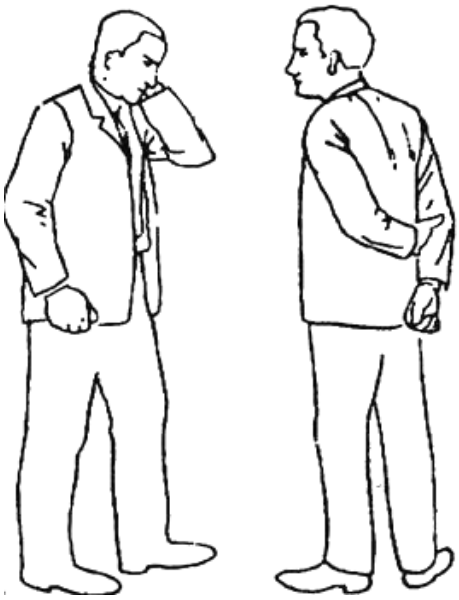
24. Расскажите о составлении и согласовании протокола при проведении совещания.

25. Какие вы знаете методы и тактика ведения переговоров? Приведите примеры.

Задания 3-го типа

1. Рассмотрите рисунок. Что вы можете рассказать об эмоциональном состоянии людей, изображённых на рисунках, по невербальным коммуникативным средствам? Используйте термины

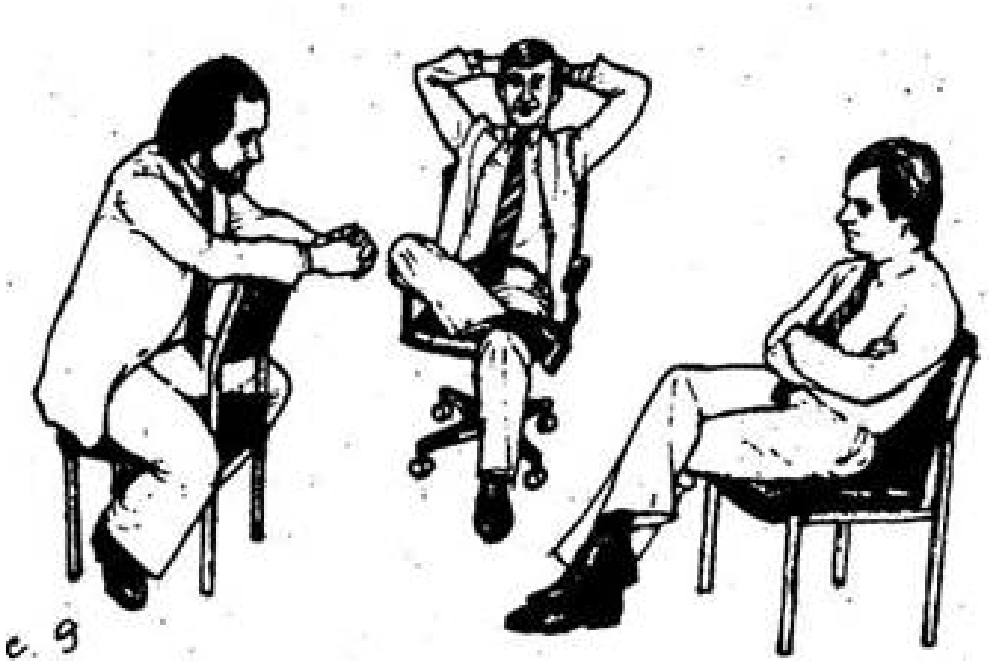
«открытые/закрытые невербальные средства», «включающие/исключающие невербальные проявления».



2. Рассмотрите рисунок. Что вы можете рассказать об эмоциональном состоянии людей, изображённых на рисунках, по невербальным коммуникативным средствам? Используйте термины *«открытые/закрытые невербальные средства», «включающие/исключающие невербальные проявления».*



3. Рассмотрите рисунок. Что вы можете рассказать об эмоциональном состоянии людей, изображённых на рисунках, по невербальным коммуникативным средствам? Используйте термины *«открытые/закрытые невербальные средства», «включающие/исключающие невербальные проявления».*



4. Расскажите о такой форме коммуникативного события, как *день открытых дверей в вузе.* Какой это *вид коммуникации (виды коммуникаций)* ***по количеству коммуникантов, по цели сообщения, по направленности, по средствам, по форме коммуникативного события?***

5. Приведите примеры стандартных фраз, сопровождающих завершение телефонного разговора. Поблагодарите за информацию, предложение, приглашение, поздравление, помощь.

6. Расположите партнеров в пространстве для успешного выполнения задания и создайте благоприятную для них социальную зону.

7. Начальник поздоровался с вами, не отрываясь от разбора бумаг на своем столе. Подобная позиция чиновника рассчитана на то, что человек может потеряться, прийти в замешательство от такого приема и уйти. Придумайте словесную формулу, которую можно было бы употребить как контрприём, заставляющий обратить на Вас внимание.

8. Прокомментируйте афоризм Л.Н.Толстого: *«Важно не то место, которое мы занимаем, а то направление, в котором мы движемся».*

9. Приведите примеры комплиментов в различных деловых ситуациях, когда партнер отметил что-то важное для компании, и когда беседа закончилась успешно.

10. Используя правило очерёдности аргументов (*сильные – средние – один самый сильный*), постарайтесь убедить вашего знакомого, отчисленного из вуза, восстановиться в университете и продолжить обучение.

11. Какой вид слушания следует использовать,

- если ваш знакомый взволнованно рассказывает о ссоре с близким человеком;
- во время объяснения новой темы преподавателем;

- во время комментирования преподавателем результатов контрольных работ, тестовых заданий, результатов деловых игр;
- во время проведения деловой игры в мини-группе, когда ваш однокурсник высказывает свое мнение по тому или иному вопросу.

Аргументируйте свой ответ.

12. Вам необходимо напомнить о себе после продолжительного перерыва. Как вы построите беседу по телефону? Как беседа по телефону будет зависеть от социального статуса партнера? Приведите две-три различные ситуации.

13. Приведите примеры из деловой беседы, используя правила убеждения, когда вам удавалось переубедить партнера.

14.Объясните, в какой речевой ситуации уместен выбор той или иной формы приветствия. Какая дополнительная информация содержится в некоторых формах?

Здравствуй! Здравствуйте! Рад вас приветствовать! Добро пожаловать! Я так вам рад! Доброе утро! Добрый день! Здорово, браток! Привет! Легок на помине! Приветствую вас! Мое почтение! Салют! Наше вам! Как оно? Доброго здоровьица! Наше вам с кисточкой! Сколько лет, сколько зим! Как дела?

15. Установите обратную связь, проверьте точность восприятия информации или узнайте дополнительную информацию с помощью вопросов, предложений.

Ситуация	**Примерные вопросы, предложения**
1. Один из коммуникантов употребил какое-то незнакомое выражение или термин	
2. Говорящий уклоняется от темы и не сообщает той информации, которую вы от него ждете	
3. Один из участников совещания только что произнес нечто, не очень-то согласующееся с его предыдущими утверждениями. Вы хотите это уточнить	
4. Говорящий словно «зацикливается», постоянно повторяя одно и то же. Вам же надо продвигаться дальше	
5. Вам хотелось бы узнать мнение коллег о том, что вами было высказано	
6. Невербальное поведение одного из участников совещания подсказывает вам, что он обеспокоен какими-то вашими словами. Вы хотите рассеять его сомнения, подозрения	
7. Было высказано несколько положений, и вы хотите привлечь к ним внимание	
8. Один из участников совещания не согласился с частью из сказанного вами, и вы хотите уточнить причину этого неприятия	
9. Вы сказали о некоторых преимуществах обсуждаемой идеи и хотите установить обратную связь с коллегами	

16. Охарактеризуйте приведенный отрывок диалога с точки

зрения нормативности (языковой, стилистической, этической) используемой лексики.

А. — Вот теперь / мы вложились / а вы нам кислород перекрываете с новыми тарифами // Это значит все пересчитывать / так / все бумаги и по новой оформлять / бегать по коридорам.

Б. — Ну так, а что вы от нас-то хотите / мы что ли *их устанавливаем ...*

А. — Не вы / конечно / но если б вы нам об этом раньше предъявили / мы бы / конечно / на это не пошли ...

17. Продемонстрируйте метод перехвата и удержания управления ситуацией на деловых переговорах.

18. Продемонстрируйте метод укрепления собственной позиции в переговорах.

19. Продемонстрируйте пример вдохновляющей презентации с целью формирования команды стартапа.

20. Ознакомьтесь с текстом переговоров из книги Роджера Фишера и Уильяма Юри[1], приведённым ниже, и ответьте на вопросы:

1) Какой *подход к ведению деловых переговоров* выбрала страховая компания? Какой *подход к ведению деловых переговоров* выбрал Том Гриффит?

2) Какой из выбранных подходов оказался стратегически более перспективным? Почему?

Припаркованная машина Тома Гриффита, одного из наших коллег, была полностью разбита грузовиком для сбора мусора. Автомобиль был застрахован, но точную сумму, которую Том должен был получить по страховке, предстояло ещё обсудить с представителем страховой компании.

Представитель компании	**Том**
– Мы изучили Ваш случай и решили, что он соответствует условиям нашей политики. Это означает, что Вам причитается 3300 долларов.	*– Понимаю. А как вы получили эту цифру?*
– Мы решили, что машина этого стоит.	*– Я понимаю, но какой критерий вы использовали для определения этой суммы? Не знаете, где я могу купить подобную машину за эту сумму?*
– А Вы сколько хотите?	*– Я хочу только то, что мне причитается в соответствии с Вашей политикой. Я нашёл подержанную машину наподобие моей за 3 тысячи 850 долларов. Прибавьте торговые услуги и акцизный налог, и получится около 4 тысяч.*

[1] Фишер Р., Юри У. Путь к соглашению, или переговоры без поражения. – М.,1993. С.107 – 108

– 4 тысячи! Это слишком много!	*– Я не прошу 4 тысячи, или 3 тысячи, или 5 тысяч долларов, я просто хочу справедливой компенсации. Не кажется ли вам, что будет справедливо, если я получу достаточно только для покупки машины?*
– О΄кей. Я предлагаю вам 3 тысячи 500 долларов. Это самое большее, на что я могу пойти. Такова политика компании.	*– А как компания это определяет?*
– Послушайте, 3 тысячи 500 – это всё, что вы можете получить. Соглашайтесь или нет, как хотите.	*– Может, 3 тысячи 500 и справедливо, я не знаю. Я, безусловно, понимаю вашу позицию, если вы связаны политикой компании. Но если Вы не можете объективно определить, почему именно эта сумма мне причитается, я думаю, мне лучше обратиться в суд. Почему бы нам не разобраться в этом заново и не поговорить ещё раз? В среду в 11 часов вам подойдёт?*
– О΄кей, господин Гриффит, у меня есть сегодняшняя газета с рекламой «Фиесты-78» за 3 тысячи 400 долларов.	*– Да? А сколько, там говорится, она прошла миль?*
– 49 тысяч, а что?	*– Потому что моя прошла только 25 тысяч миль. Насколько это увеличивает цену, согласно вашей бухгалтерии?*
– Дайте подумать…на 150 долларов.	*– Возьмём 3 тысячи 400 долларов за основу + 150 долларов, получается 3 тысячи 550 долларов. А говорится в рекламе что-нибудь о радио?*
– Нет.	*– А сколько это добавляет по Вашим расчётам?*
– 125 долларов.	*– А за кондиционер?*

Полчаса спустя Том выходит из конторы с чеком на 4 тысячи 12 долларов.

21. Продемонстрируйте метод «Изменение цены» в переговорах.

22. Продемонстрируйте тактику «Изменение цены» в деловых переговорах.

23. Приведите примеры обещаний в деловых коммуникациях.

24. Продемонстрируйте паралингвистические средства с целью воздействия на партнера.

25. Приведите примеры явных и скрытых угроз и способов реагирования на них.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Стратегический менеджмент»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине 3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4

III. Тематический план 5

IV. Содержание дисциплины 7

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 8

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 12

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 14

I. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Стратегический менеджмент» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Стратегический менеджмент» представляет собой систематизированное изложение теоретических и методологических вопросов, связанных с разработкой и реализацией стратегии организации.

Стратегический менеджмент представляет собой область науки и практики управления, предназначенную для обеспечения развития организации в быстроменяющихся условиях внешней среды. Процесс принятия и реализации стратегических решений, принимаемых на основе сопоставления потенциала предприятия с возможностями и угрозами внешнего окружения. Современные организации широко используют различные методы регулирования своей деловой активности, повышая свою рыночную стоимость, инвестиционную привлекательность и конкурентоспособность. Дисциплина «Стратегический менеджмент» развивает, расширяет представления студентов об управлении организацией, являясь методической и теоретической базой, в содержании которой отражены современные подходы российской и зарубежной теории и практики стратегического управления.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины — формирование профессиональных компетенций и развитие у студентов навыков стратегического управления на основе анализа и оценки стратегических перспектив.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение основных положений стратегического управления, сущности и содержания;
- формирование знаний в области проектирования миссии организации и стратегического целеполагания;
- освоение методов и инструментов стратегического анализа среды организации;
- развитие навыков и умений разработки стратегий организаций;
- формирование навыков и умений стратегического планирования;
- изучение основных положений управления организацией в процессе реализации стратегии.

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен предлагать экономически и финансово обоснованные организационно-управлен-ческие решения в профессиональной деятельности.	**ОПК-4**	**ОПК-4.1** принимает обоснованные организационно-управленческие решения с учетом экономики и финансов организации; осуществлять выбор средств деловой коммуникации для обоснования организационно – управленческих решений в профессиональной деятельности; формирует структуру основных показателей стратегического плана на основе стратегических целей и типа стратегии организации.	назначение, сущность и формы стратегического планирования; структуру и основные показатели стратегического плана; назначение и сущность стратегического анализа; основы отраслевого конкурентного анализа; основы стратегического анализа внутренней среды организации.	разрабатывать (на промежуточном уровне) стратегический план организации на основе ее стратегических целей; классифицировать методы стратегического анализа.	обоснования структуры и основных показателей стратегического плана на основе стратегических целей и типа стратегии организации; владения технологией объединения партнеров в процессе деловой коммуникации для обоснования организационно-управленческих решений; владения способами влияния и противостояния негативному влиянию для разрешения конфликтных ситуаций для обоснования организационно-управленческих решений.	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

III. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Сущность и содержание стратегического менеджмента.	4	2								15	Практикум по решению задач / 10
Тема 2. Миссия и стратегические цели организации	4	2	2							10	Дискуссия / 5 Практикум по решению задач / 10
Тема 3. Стратегический анализ	8	2	12							20	Практикум по решению задач / 10 Практикум по решению задач / 10 Практикум по решению задач / 10
Тема 4. Стратегии организации	8	2		2						15	Дискуссия / 5 Ситуацион-ный практикум / 10
Тема 5.	4	2	2							10	Дискуссия /

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	**Семинары**	**Практикум по решению задач**	**Ситуационный практикум**	**Мастер-класс**	**Лабораторный практикум**	**Тренинг**	**Дидактическая игра**	**Из них в форме практической подготовки**		
Стратегическое планирование											5 Практикум по решению задач / 10
Тема 6. Реализация стратегии	4	2	2							10	Дискуссия / 5 Практикум по решению задач / 10
Всего:	**32**	**12**	**18**	**2**						**80**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**180**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**5**										

IV. Содержание дисциплины

Тема. 1. Сущность и содержание стратегического менеджмента

Стратегия. Стратегическое управление. Организация как объект стратегического управления. Основные показатели результативности финансово-хозяйственной деятельности организации. Различия оперативного и стратегического управления организацией. Стратегический менеджмент. Профессиональные компетенции менеджера в области стратегического управления. Основные задачи стратегического менеджмента.

Тема. 2. Миссия и стратегические цели организации

Миссия организации. Стратегическое видение организации. Стратегическая цель. Экономические интересы основных заинтересованных групп. Классификация стратегических целей организации. Особенности стратегических решений.

Тема. 3. Стратегический анализ

Стратегический анализ. Классификация методов стратегического анализа. PEST-анализ внешней среды организации. Основы отраслевого конкурентного анализа. Карта стратегических групп. Критические факторы конкурентного успеха организации в отрасли. Стратегический анализ внутренней среды организации. SWOT-анализ организации.

Тема. 4. Стратегии организации

Стратегия организации. Классификация стратегий организации. Базовые стратегии. Конкурентные стратегии: стратегии достижения конкурентных преимуществ; стратегии поведения в конкурентной среде. Отраслевые стратегии. Портфельные стратегии. Матрица Бостонской консультационной группы. Функциональные стратегии.

Тема. 5. Стратегическое планирование

Стратегическое планирование. Формы стратегического планирования. Стратегический план. Структура и основные показатели стратегического плана.

Тема. 6. Реализация стратегии

Реализация стратегии. Особенности основных функций управления фирмой в процессе реализации стратегии. Корректировка стратегии. Стратегические организационные изменения. Сопротивление стратегическим изменениям. Типовая организационная структура и функции департамента стратегического развития.

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе преподавания дисциплины «Стратегический менеджмент» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, ситуационные практикумы, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся

может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику — необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач — выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и

творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Сущность и содержание стратегического менеджмента.	Основные показатели результативности финансово-хозяйственной деятельности организации. Профессиональные компетенции менеджера в области стратегического управления.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Отчет по практикуму.
Тема 2. Миссия и стратегические цели организации.	Экономические интересы основных заинтересованных групп. Особенности стратегических решений.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 3. Стратегический анализ.	Критические факторы конкурентного успеха организации в отрасли. Стратегический анализ внутренней среды организации.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к практикумам по решению задач.	Конспект. Отчеты по практикумам.
Тема 4. Стратегии организации.	Отраслевые стратегии. Функциональные стратегии организации.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
		Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	
Тема 5. Стратегическое планирование.	Формы стратегического планирования.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.
Тема 6. Реализация стратегии.	Особенности основных функций управления фирмой в процессе реализации стратегии. Типовая организационная структура и функции департамента стратегического развития.	Работа с литературой и Интернет-источниками. Конспектирование. Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач.	Конспект. Выступление на семинаре. Отчет по практикуму.

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Стратегический менеджмент : учебник / П. А. Михненко, Т. А. Волкова, А. Л. Дрондин, А. В. Вегера ; под ред. П. А. Михненко. — М. : Университет «Синергия», 2019. — 305 с.

Дополнительная литература:

1. Блинов, А.О. Управление изменениями : учебник / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 304 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru

2. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии : учебник / И.А. Дубровин. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 432 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru

3. Епишкин, И.А. Стратегия управления человеческими ресурсами : учебное пособие / И.А. Епишкин, С.А. Шапиро ; Министерство транспорта

Российской Федерации, Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), Институт экономики и финансов, Кафедра «Экономика труда и управление человеческими ресурсами». – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 121 с. [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru

4. Минцберг Г. Стратегическое сафари : Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента / Г. Минцберг, Б. Альстранд, Ж. Лампель; пер. Д. Раевская, Л. Л. Царук. — 2-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 365 с. [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru.

5. Портер, М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран : [16+] / М. Портер ; И. Квасюк, Д.С. Комиссаров, С.Д. Комиссаров, И.В. Калыгин и др. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 947 с. [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru/

6. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент : Искусство разработки и реализации стратегии : учебник / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд; под ред. М. И. Соколовой, Л. Г. Зайцева. — М. : Юнити-Дана, 2015. — 577 с. [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru.

7. Фомичев А. Н. Стратегический менеджмент: учебник для вузов / А.Н. Фомичев. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 468 с. – Режим доступа: по подписке. URL: http://biblioclub.ru

8. Хейг П. Управленческие концепции и бизнес-модели. Полное руководство=The business models handbook. Templates, theory and case studies : практическое руководство : [12+] / П. Хейг ; пер. с англ. В. Ионовой. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 370 с. [Электронный ресурс]. URL: http://biblioclub.ru

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1	Сайт «Корпоративный менеджмент».	https://www.cfin.ru/
2	Журнал «Управление компанией».	http://management.web-standart.net/
3	Журнал «Экономические стратегии».	http://www.inesnet.ru/es_magazine/
4	Центр дополнительного образования «Элитариум»	http://www.elitarium.ru/management/strategicheskij_menedzhment/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную

информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл

1.	Дискуссия	5 – аргументированное выступление, а также глубокие, корректные и уместные дополнения не менее чем по двум проблемам; уверенное владение терминологией по изучаемой теме; активное и продуктивное участие в обсуждении по большей части проблем; владение информацией, почерпнутой из дополнительных источников; 4-3 – аргументированное выступление; владение терминологией по изучаемой теме; активное участие в обсуждении других проблем; 2-1 – недостаточно аргументированное выступление по одной из проблем; уместные дополнения по одной-двум проблемам; 0 – полное отсутствие активности или попытка неаргументированного выступления (неуместного дополнения).
2.	Практикум по решению задач	10-8 – задача решена полностью и корректно; использованы все необходимые методики и инструменты; сделан полный вывод с использованием профессиональной терминологии; 7-4 – задача решена полностью, но с незначительными ошибками; использованы не все необходимые методики и инструменты; сделан недостаточно полный вывод; 3-0 – задача решена не полностью или не решена; допущены критические ошибки; не использованы необходимые методики и инструменты; не сделан вывод или вывод не соответствует результатам решения задачи.
3.	Ситуационный практикум	10-9 – в решении кейса продемонстрированы: глубина понимания проблемной ситуации (полнота и корректность ее интерпретации); корректность использования фактических данных; владение терминологией; точность и корректность выводов; 8-5 – в решении кейса продемонстрированы: понимание проблемной ситуации (неполная или корректная интерпретация отдельных фактов и данных); корректность использования фактических данных; владение терминологией; недостаточная точность и корректность выводов; 4-0 – кейс не решен или в решении кейса продемонстрированы: непонимание проблемной ситуации (неверная интерпретация фактов и данных); некорректность использования фактических данных; отсутствие или некорректность выводов.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания для подготовки к семинарам

Семинар тем 1 и 2

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Сущность, этапы развития и школы стратегического менеджмента.
2. Особенности, виды, основные вопросы и задачи стратегического менеджмента.
3. Сравнение оперативного и стратегического управления. Эффективность, недостатки и ограничения стратегического менеджмента в процессе управления персоналом.
4. Стратегическое соответствие возможностей, целей и ресурсов фирмы.

5. Профессиональные компетенции руководителя в области стратегического управления персоналом

6. Основные показатели результативности финансово-хозяйственной деятельности организации.

7. Сущность видения и миссии фирмы.

8. Понятие и классификаций стратегических целей фирмы.

9. Основные заинтересованные группы. Персонал организации как одна из основных заинтересованных групп.

10. Ожидания основных заинтересованных групп, определяющие постановку стратегических целей фирмы.

11. Особенности стратегических решений и роль персонала в их реализации.

Семинар тем 3 и 4

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Понятие стратегического анализа.

2. Анализ внешней среды фирмы. PEST-анализ.

3. Отраслевой конкурентный анализ: анализ конкурентных сил, действующих на фирму; понятие критических факторов конкурентного успеха фирмы в отрасли.

4. Анализ внутренней среды: модель «срезов» внутренней среды фирмы; модель 7S; стратегический анализ персонала организации

5. Комплексный стратегический анализ фирмы. SWOT-анализ фирмы и его роль в формировании стратегии управления персоналом.

6. Стратегический стоимостной анализ фирмы.

7. Определение и основные характеристики стратегии фирмы. Классификация стратегий фирмы. Базовые стратегии фирмы.

8. Стратегии достижения конкурентных преимуществ фирмы. Стратегии поведения фирмы в конкурентной среде.

9. Отраслевые стратегии фирмы.

10. Портфельные стратегии фирмы. Матрица Бостонской консультационной группы.

11. Функциональные стратегии фирмы. Стратегии развития персонала организации.

Семинар темы 5

Вопросы (проблемы) для подготовки к семинару (дискуссии):

1. Сущность и классификация форм стратегического планирования деятельности фирмы. Различия между стратегическим планированием и стратегическим менеджментом.

2. Структура и основные показатели стратегического плана: стратегическое планирование персонала организации. Основные индикаторы стратегической деятельности фирмы.

3. Процесс реализации стратегии и особенности основных функций управления фирмой в процессе реализации стратегии.

4. Организационная структура и функции департамента (отдела) стратегического развития фирмы.

5. Особенности управления персоналом организации в процессе реализации стратегии: причины, формы и способы преодоления сопротивления сотрудников стратегическим изменениям.

Семинар темы 6

1. Особенности основных функций управления фирмой в процессе реализации стратегии.

2. Корректировка стратегии в ходе её реализации.

3. Тактика преодоления сопротивления персонала в ходе реализации стратегии.

4. Стратегические организационные изменения. Сопротивление стратег ическим изменениям.

5. Типовая организационная структура и функции департамента стратегического развития.

Типовые практикумы по решению задач

Практикум по решению задач № 1 Тема 1. Сущность и содержание стратегического менеджмента.

Обучаемым необходимо продемонстрировать способность осуществлять сравнение оперативного и стратегического управления организацией.

Для этого обучаемым предлагается выбрать в качестве примера современную российскую компанию (допускается условный пример) и кратко описать ее: вид экономической деятельности, отрасль, миссию, территориальное размещение, примерную численность персонала и т.п.

Задание 1. Играя роль менеджмента компании, дайте развернутые и аргументированные ответы на три основных вопроса стратегического менеджмента:

1. В каком положении предприятие находится в настоящее время?
2. В каком положении оно хотело бы находиться через несколько лет?
3. Каким способом достигнуть желаемого положения?

Задание 2. Сравните принципы оперативного и стратегического управления компанией (приведя конкретные примеры) по категориям:

- основное назначение организации;
- способ достижения цели;
- учет фактора времени;
- роль персонала;
- критерии эффективности.

Практикум по решению задач № 2 Тема 2. Миссия и стратегические цели организации.

Обучаемым необходимо продемонстрировать способность разрабатывать миссию организации.

Для этого обучаемым предлагается:

1. Выбрать в качестве примера современную российскую компанию в соответствии с профилем обучения. Привести краткое, но достаточное для решения последующих задач, описание ее предназначения, организационно-правовой формы, целей и задач, текущего экономического состояния, особенностей деятельности и др.

2. Ответьте на основные вопросы миссии:

Вопросы	Компоненты	Содержание
Что производить?	Продукты или услуги	
Для кого производить?	Категории целевых потребителей	
Как производить?	Технология	
В чем уникальность организации?	Конкурентные преимущества	
Какова философия организации?	Важнейшие ценности и этические принципы организации	

3. Используйте контрольные вопросы по Э. Кэмпбеллу для определения качества разрабатываемой формулировки миссии:

1) Определяет ли формулировка вдохновляющую цель, которая не направлена на удовлетворение интересов заинтересованных лиц – акционеров, клиентов, сотрудников и поставщиков?

2) Включено ли в формулировку описание обязанностей компании перед своими заинтересованными сторонами?

3) Определяет ли формулировка сферу бизнеса и объясняет почему эта сфера привлекательна?

4) Описывает ли она стратегическое позиционирование компании, которое бы помогало определить вид конкурентного преимущества, которое необходимо?

5) Определяет ли формулировка ценности, которые связаны с целью организации и действует как убеждения, которыми сотрудники могут гордиться?

6) «Резонируют» ли ценности со стратегией организации и усиливают ли они ее?

7) Определяет ли формулировка важные нормы поведения, которые служат в качестве ориентиров стратегий и ценностей?

8) Описаны ли поведенческие нормы таким образом, чтобы отдельные сотрудники могли понять, поступили ли они правильно или нет?

9) Дает ли формулировка образ компании и охватывает ли она ее культуру?

10) Легко ли ее прочитать?

4. Сформулируйте:

А. Миссию-предназначение.

Б. Миссию-ориентацию.

В. Миссию-политику.

Практикум по решению задач № 3 Тема 3. Стратегический анализ.

Обучаемым необходимо продемонстрировать способность проводить PEST-анализ внешней среды организации.

Для этого обучаемым предлагается

1. Выбрать в качестве примера современную российскую компанию (допускается условный пример) и кратко описать ее: вид экономической деятельности, отрасль, миссию, территориальное размещение, примерную численность персонала и т.п.

2. Описать PEST факторы внешней среды и характер их влияния.

3. Оценить силу каждого фактора на деятельность организации.

4. Оценить вероятность изменения факторов в стратегической перспективе.

5. Определить взаимовлияние (положительное и отрицательное) из числа факторов, получивших самые высокие оценки.

6. По результатам анализа подготовьте выводы.

Практикум по решению задач № 4 Тема 3. Стратегический анализ.

Обучаемым необходимо продемонстрировать способность строить карту стратегических групп отрасли (рынка).

1. Определит тип бизнеса, для которого вы будете строить карту стратегических групп.

2. Определите регион, на базе которого будете проводить исследование.

3. Обоснуйте состав конкурентных характеристик, отличающих одну компанию от другой.

4. Постройте карту стратегических групп для основных игроков рынка.

5. Сделайте выводы и рекомендации.

Практикум по решению задач № 5 Тема 3. Стратегический анализ.

Обучаемым необходимо продемонстрировать способность проводить SWOT-анализ организации.

1. Выберите в качестве примера современную российскую фирму в соответствии с профилем обучения.

2. Приведите краткое, но достаточное для решения последующих задач описание ее предназначения, организационно-правовой формы, целей и задач, текущего экономического состояния, особенностей деятельности и др.

3. Укажите (предположите) конкретные примеры сильных и слабых сторон фирмы (во внутренней среде). Особое внимание обратите на персонал организации, его динамику, качество, структуру, дополнительное обучение и адаптацию.

4. Укажите (предположите) конкретные примеры угроз фирме и ее возможностей (во внешней среде).

5. Проведите SWOT-анализ компании.

6. Сделайте выводы:

а) использует ли фирма сильные стороны и преимущества в своей стратегии?

б) являются ли слабости фирмы ее уязвимыми местами и какой корректировки они требуют?

в) какие благоприятные обстоятельства дают фирме шансы на успех?

г) какие угрозы должны быть под пристальным контролем и какие действия необходимо предпринимать?

7. Предложите вариант стратегии организации.

Практикум по решению задач № 6 Тема 5. Стратегическое планирование.

Обучаемым необходимо продемонстрировать способность обосновывать систему ключевых экономических показателей стратегического плана организации.

Для этого обучаемым предлагается:

1. Выбрать в качестве примера крупную российскую компанию.

2. Пользуясь материалами последнего годового отчета выбранной компании описать составляющие её стратегического плана:

- видение;
- миссию;
- стратегические цели SMART;
- планируемые компанией стратегии и характеризующие их плановые показатели;
- требуемые ресурсы.

3. Составить резюме стратегического плана.

Практикум по решению задач № 7 Тема 6. Реализация стратегии.

Обучаемым необходимо продемонстрировать способность обосновывать направления стратегических организационных изменений.

1. Выберите в качестве примера современную российскую фирму в соответствии с профилем обучения.

2. Приведите краткое, но достаточное для решения последующих задач описание ее предназначения, организационно-правовой формы, целей и задач, текущего экономического состояния, особенностей деятельности и др.

3. Охарактеризуйте реализуемую (предполагаемую) стратегию развития и связанные с ней организационные изменения.

4. Определите тип организационной структуры компании. Охарактеризуйте ее достоинства и недостатки для решения задач стратегических изменений.

5.Укажите, какой отдел в организации отвечает за реализацию

стратегических организационных изменений.

5. Опишите (предложите) структуру, цели, задачи, функции департамента стратегического развития организации.

6. Предложите варианты KPI для оценки работы отдела.

Ситуационный практикум Тема 4. Стратегии организации.

Обучаемым необходимо продемонстрировать способность анализировать стратегию организации.

1. Ознакомьтесь с кейсом из Задания 6 Главы 11 основного учебника.
2. Определите недостающую информацию.
3. Применив творческий подход, дополните кейс фактической информацией, необходимой для решения поставленных задач.
4. Обоснуйте и опишите вариант стратегического стоимостного анализа «Электромаш» по категориям:
   а) снабжение (не менее 4-х категорий);
   б) производство (не менее 4-х категорий);
   в) распределение (не менее 4-х категорий).
5. Сформируйте перечень и обоснуйте рейтинг (весовые коэффициенты) ключевых факторов успеха компании.
6. Проведите расчет взвешенной оценки стратегической силы компании относительно конкурентов по категориям:
   а) качество продукта
   б) репутация (имидж)
   в) технологии
   г) производственные мощности
   д) стоимостная позиция
7. Проведите расчет взвешенной оценки стратегической силы компании относительно двух конкурентов.
8. Предложите рекомендуемые стратегические действия «Электромаш».

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Стратегический менеджмент» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания первого типа

1. Охарактеризуйте сущность и этапы развития стратегического менеджмента.
2. Опишите стратегическое соответствие возможностей, целей и ресурсов.
3. Охарактеризуйте школы стратегического менеджмента: дизайна, планирования, позиционирования, конфигурации.
4. Назовите и охарактеризуйте этапы развития корпоративного управления.
5. Перечислите особенности стратегического менеджмента.
6. Проведите сравнение оперативного и стратегического управления.
7. Охарактеризуйте задачи стратегического менеджмента (по А. Томпсону и А. Стрикленду).
8. Охарактеризуйте виды стратегического управления по И. Ансоффу.
9. Опишите шкалу оценки нестабильности среды. В чем смысл управления по слабым сигналам.
10. Что такое видение и миссия фирмы? Каковы направления действия миссии? Из каких этапов состоит процесс создания миссии?
11. Перечислите возможные стратегические цели фирмы. Какие есть о
12. Объясните понятие стратегии организации по: О. Виханскому, И. Ансоффу, А. Томпсону и А. Дж. Стрикленду, Г. Минцбергу.
13. В чем заключается сущность стратегического планирования?
14. Объясните различия между стратегическим планированием и стратегическим менеджментом.
15. Дайте определение сущности стратегического планирования.

16. Приведите классификацию форм стратегического планирования, дайте их характеристику.

17. Что такое стратегия фирмы? Приведите характеристики стратегий.

18. Приведите классификацию стратегий.

19. Какие бывают базовые стратегии? Дайте их характеристику.

20. Какие бывают стратегии достижения конкурентных преимуществ? Дайте их характеристику.

21. Какие бывают стратегии поведения в конкурентной среде. Дайте их характеристику.

22. Какие бывают Отраслевые стратегии. Дайте их характеристику.

23. Какие бывают Портфельные стратегии. Дайте их характеристику.

24. Какие бывают Функциональные стратегии. Дайте их характеристику.

25. Какие инструменты разработки портфельных стратегий вы знаете? Опишите их.

Задания второго типа

1. Приведите и объясните пример стратегии диверсифицированного роста крупной промышленной компании: горизонтальная диверсификация.

2. Приведите и объясните пример стратегии диверсифицированного роста крупной промышленной компании: конгломератная диверсификация.

3. Приведите и объясните пример стратегии диверсифицированного роста крупной промышленной компании: концентрическая (центрированная) диверсификация.

4. Приведите пример реализации стратегии минимизации издержек для крупной промышленной компании. Обоснуйте условия, в которых такая стратегия окажется максимально выгодной для компании.

5. Приведите пример реализации стратегии минимизации издержек для сервисной компании. Обоснуйте условия, в которых такая стратегия окажется максимально выгодной для компании.

6. Выберите в качестве примера одну из отраслей экономики. Перечислите и приведите примеры доминирующих в этой отрасли экономических характеристик (семь позиций).

7. Выберите в качестве примера одну из отраслей экономики. Перечислите и приведите примеры основных движущих сил, вызывающих наиболее заметные изменения в отрасли за последние годы (не менее шести позиций).

8. Приведите пример реализации инновационной стратегии для крупной российской компании. Обоснуйте условия, в которых такая стратегия окажется максимально выгодной для компании.

9. Приведите пример реализации стратегии синергизма для крупной российской компании. Обоснуйте условия, в которых такая стратегия окажется максимально выгодной для компании.

10. Приведите пример реализации стратегии дифференциации для крупной российской компании. Обоснуйте условия, в которых такая стратегия окажется максимально выгодной для компании.

11. Приведите пример реализации стратегии фокусирования для крупной российской компании. Обоснуйте условия, в которых такая стратегия окажется максимально выгодной для компании.

12. Приведите пример реализации стратегии оперативного реагирования для крупной российской компании. Обоснуйте условия, в которых такая стратегия окажется максимально выгодной для компании.

13. Обоснуйте ключевые факторы успеха компаний (не менее трех) в категории «технологические ноу-хау». Компании: 1) ресторан быстрого обслуживания; 2) автомобильный завод; 3) сеть продуктовых магазинов.

14. Обоснуйте ключевые факторы успеха компаний (не менее трех) в категории «процессы производства и сбыта». Компании: 1) ресторан быстрого обслуживания; 2) автомобильный завод; 3) сеть продуктовых магазинов.

15. Обоснуйте ключевые факторы успеха компаний (не менее трех) в категории «внешние контакты и связи». Компании: 1) ресторан быстрого обслуживания; 2) автомобильный завод; 3) сеть продуктовых магазинов.

16. Приведите пример анализа «срезов» внутренней среды компании по категориям: кадровый, организационный. Сделайте вывод о конкурентоспособности данной компании и перспективах ее развития.

17. Приведите пример анализа «срезов» внутренней среды компании по категориям: производственный, маркетинговый. Сделайте вывод о конкурентоспособности данной компании и перспективах ее развития.

18. Приведите пример анализа «срезов» внутренней среды компании по категориям: финансовый, культурный. Сделайте вывод о конкурентоспособности данной компании и перспективах ее развития.

19. Приведите пример стратегического решения. Укажите особенности его реализации по сравнению с реализацией оперативного решения.

20. Опишите индикаторы эффективности стратегической деятельности фирмы. Объясните роль и значение каждого из них.

21. Охарактеризуйте последовательность проведения комплексного стратегического анализа. Кратко объясните роль и значение каждого этапа.

22. Объясните сходства и различия взглядов на стратегию по: О. Виханскому, И. Ансоффу и А. Томпсону и А. Дж. Стрикленду.

23. Приведите пример организации и семи анализируемых элементов ее внутренней среды по модели 7S Т. Питерса и Р. Уотермена.

24. Охарактеризуйте типовую структуру и показатели стратегического плана.

25. Охарактеризуйте основные особенности основных функций управления предприятием в процессе реализации стратегии.

Задания третьего типа

Задание 1 (типовое)*. Ресторан европейской кухни «Иллюзия» был открыт четыре месяца назад недалеко от городского парка отдыха. Количество посадочных мест — 35, средний чек — 1000 руб., персонал — 10 чел. Дизайн интерьера — строгий классический. В непосредственной близости расположены: один ресторан подобного типа (существует около пяти лет) и три ресторана быстрого обслуживания известных брендов.

Проведите частичный SWOT-анализ предприятия: 1) запишите (предположив недостающие) факторы по всем четырем категориям; 2) постройте матрицу оценки возможностей предприятия.

* В кейсе может быть изменена структура и количественные значения показателей.

Задание 2 (типовое)*. Приведите пример анализа микроокружения крупной промышленной отечественной компании по категориям: поставщики, покупатели, непосредственные конкуренты, рынок рабочей силы, финансовый рынок. Сделайте вывод о конкурентоспособности данной компании и перспективах ее развития.

* В качестве примера предлагаются различные виды организаций.

Задание 3 (типовое)*. Выберите в качестве примера крупную промышленную отечественную компанию. Приведите перечень ее основных характеристик. Сформулируйте видение и миссию для данной компании. Объясните основные направления предложенной миссии.

* В качестве примера предлагаются различные виды организаций.

Задание 4 (типовое). Компания «Дельта» производит оборудование (процессоры, датчики, системы освещения и кондиционирования) и установку бытовых систем «Умный дом». Компания работает на рынке Москвы и Московской области около пяти лет. Заказчики: частные домовладельцы (около 75%) и строительные компании (около 25%). Конкуренты — отечественные и западные компании, специализирующиеся на производстве охранных систем.

Распределите весовые значения ключевых факторов успеха и проведите расчет взвешенной оценки стратегической силы компании относительно конкурентов при заданных значениях экспертных оценок (по 10-ти балльной шкале). Сделайте выводы о конкурентной позиции компании.

Ключевые факторы успеха	Вес	«Импульс»	Конкурент А	Конкурент В
Качество продукта		8 ( )	8 ( )	6 ( )
Репутация (имидж)		4 ( )	9 ( )	5 ( )
Технологии		7 ( )	4 ( )	5 ( )
Производственные мощности		3 ( )	10 ( )	5 ( )
Маркетинг		2 ( )	8 ( )	10 ( )
Стоимостная позиция		6 ( )	4 ( )	10 ( )
Взвешенный рейтинг силы				

Задание 5 (типовое)*. Компания ПАО «Позитрон» производит широкий спектр промышленного и бытового электрооборудования. Покупатели — строительные фирмы, производственные предприятия, магазины хозяйственных товаров Центрального Черноземного района РФ (Воронежская, Липецкая, Тамбовская и др. области). ПАО «Позитрон» работает на этом рынке около десяти лет. Доля продукции ЗАО «Позитрон» на рынке составляет 10,5%. Конкуренты — известные федеральные производители: «Альянс» (21,5%), «Викинг» (12%), «Гамма» (9,3%). Основным конкурентным преимуществом компании «Позитрон» ее менеджмент называет высокий уровень квалификации и лояльности персонала, хорошую репутацию компании, прочные партнерские отношения с крупными кредитными организациями региона.

Обоснуйте основные параметры анализа конкурентных сил, действующих на фирму (на основе модели пяти сил М. Портера).

* В кейсе может быть изменена структура и количественные значения показателей.

Задание 6 (типовое)*. Прочитайте кейс. Выполните приведенные ниже задания.

Компания ООО «Электросистемы» (г. Воронеж) производит широкий спектр промышленного (60%) и бытового (40%) электрооборудования. Покупатели: строительные фирмы (10%), производственные предприятия (55%), магазины хозяйственных товаров (35%) Центрально-черноземного района РФ (Воронежская, Липецкая, Тамбовская и др. области). ООО «Электросистемы» существует с 1995 г. Доля продукции компании на рынке электрооборудования в данном регионе в 2014 г. составила 10,5% (в стоимостном выражении). Продукция ООО «Электросистемы» отличается широким ассортиментом и строгим соблюдением стандартов на изделия.

Основным конкурентным преимуществом компании «Электросистемы» ее менеджмент считает высокий уровень квалификации и лояльности персонала, хорошую репутацию компании на рынке, прочные партнерские отношения с поставщиками материалов и крупными кредитными организациями региона. Конкуренты: зарубежные предприятия: «Siemens», «Philips» и др. (21,5%). Особенностью зарубежных компаний является хорошая узнаваемость бренда и традиционно высокое качество продукции. Российские федеральные производители: «Альянс» (17,5%), «Викинг» (11,7%), «Гамма» (6,3%). Остальное: средние и малые региональные предприятия.

Отличительной особенностью продукции компаний «Альянс» и «Викинг» является преобладание в ассортименте (до 63%) специализированных электротехнических агрегатов узкого применения: авиационная техника, судостроение, связь, атомная энергетика и др. Недорогие и качественные бытовое электрооборудование компании «Гамма» пользуется заслуженным спросом у покупателей г. Воронеж и всего региона.

Остальные компании производят широкий ассортимент стандартной продукции по ценам ниже, чем у компании «Электросистемы».

Задания:

- сформулируйте видение компании, при необходимости дополнив его стратагемой;
- опишите философию текущего этапа развития компании;
- предложите варианты стратегических целей компании;
- прокомментируйте свои предложения.

* В кейсе может быть изменена структура и количественные значения показателей.

Задание 7 (типовое)*. Выберите в качестве примера крупное немонопольное отечественное промышленное предприятие. Приведите краткое, но достаточное для решения последующих задач описание ее предназначения, организационно-правовой формы, целей и задач, текущего экономического состояния, особенностей деятельности и др.

Укажите:

а) по два фактора в каждой из PEST-областей;

б) по два фактора в каждой из SWOT-областей.

Обоснуйте необходимость оценки взаимосвязи этих факторов при проведении комплексного стратегического анализа.

* В качестве примера предлагаются различные виды организаций.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «Физическая культура и спорт»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 5
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 8
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 10
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 11
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 17
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 20

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Физическая культура и спорт» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 970.

Дисциплина «Физическая культура и спорт» способствует закреплению у обучающихся знаний научно-практических основ физической культуры и здорового образа жизни, умений использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни а также практического опыта использования средствам и методов укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностей физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цели и задачи дисциплины:

Цель изучения дисциплины - формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы, в частности, физического воспитания обучающихся является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знание и понимание социальной значимости физической культуры, её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- формировать знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- сформировать умения и практический опыт, обеспечивающие сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие

и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компе-тенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	**УК-7**	**УК-7.1** Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	Методы сохранения и укрепления физического здоровья в условиях полноценной социальной профессиональной деятельности; социально-гуманитарную роль физической культуры и спорта в развитии личности; роль физической культуры и принципы здорового образа жизни; влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных	-	-	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

Результаты освоения ООП	Код компе-	Код и наименование	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной
			занятий различной целевой направленности.			
		УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности	-	Организовывать режим времени, приводящий к здоровому образу жизни; использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа; выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры.	-	
		УК-7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности	-	-	Спортивной деятельности и физического самосовершенствования и самовоспитания; способностью к организации своей жизни в соответствие с социально-значимыми представлениями о здоровом образе жизни; методикой самостоятель	

Результаты освоения ООП	Код компе-	Код и наименование	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной
					ных занятий самоконтроля за состоянием своего организма; методикой организации и проведения индивидуальн ого, коллективног о (семейного) отдыха и при участии в массовых спортивных соревнования х.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке обучающегося.	1	2								7	Реферат /20 Тест/20
Тема 2. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания.	1									7	
Тема 3. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.	1									8	Реферат /20
Тема 4. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.	1									8	
Тема 5. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.	1									8	Реферат /20
Тема 6. Профессионально-прикладная физическая подготовка.	1									8	
Тема 7. Физическая культура в профессиональной деятельности.	1									8	Реферат /20
Тема 8. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры и спорта.	1									8	

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Всего:	**8**	**2**								**62**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачёт**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке обучающегося.

Физическая культура и спорт как социальные феномены общества. Современное состояние физической культуры и спорта. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». Физическая культура личности. Основные положения и организация физического воспитания в высшем учебном заведении.

Тема 2. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания.

Методические принципы физического воспитания. Методы физического воспитания. Основы обучения движениям. Основы совершенствования физических качеств. Формирование психических качеств в процессе физического воспитания.

Общая физическая подготовка. Цели, задачи ОФП. Специальная физическая подготовка. Спортивная подготовка, цели задачи. Формы занятий физическими упражнениями. Учебно-тренировочные занятия как основная форма обучения физическим упражнениям. Структура и направленность учебно-тренировочного занятия.

Тема 3. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.

Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели задачи. Спортивная классификация. Студенческий спорт. Особенности организации и планирования спортивной подготовки в вузе. Спортивные соревнования как средство и метод общей, профессионально-прикладной, спортивной подготовки студентов. Система студенческих спортивных соревнований. Общественные студенческие спортивные организации. Олимпийские игры и Универсиады. Краткая психофизиологическая характеристика основных групп видов спорта и систем физических упражнений.

Тема 4. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.

Характеристика особенностей воздействия данного вида спорта (системы физических упражнений) на физическое развитие и подготовленность, психические качества и свойства личности. Перспективное, текущее и оперативное планирование подготовки. Специальные зачетные требования и нормативы по годам (семестрам) обучения по избранному виду спорта или системе физических упражнений.

Тема 5. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.

Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом. Самоконтроль, его основные методы, показатели и дневник самоконтроля.

Использование методов стандартов, антропометрический индексов, номограмм функциональных проб, упражнений-тестов для оценки физического развития, телосложения, функционального состояния организма, физической подготовленности.

Тема 6. Профессионально-прикладная физическая подготовка.

Личная и социально-экономическая необходимость специальной психофизической подготовки человека к труду.

Основные факторы, определяющие ППФП будущего специалиста.

Тема 7. Физическая культура в профессиональной деятельности.

Производственная физическая культура. Влияние индивидуальных особенностей, географо-климатических условий и других факторов на содержание физической культуры работающих специалистов.

Тема 8. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры и спорта.

Профессиональные факторы, оказывающие негативное воздействие на состояние здоровья специалиста избранного профиля.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к

зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить реферат, доклад для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению (реферату), обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным рефератом, докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и рефератов, докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, реферат, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к

конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании

материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Реферат

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Формы текущего контроля
Тема 1. Физическая культура в	Деятельностная сущность физической	Работа с литературой,	Реферат

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Формы текущего контроля
общекультурной и профессиональной подготовке обучающегося.	культуры в различных сферах жизни. Ценности физической культуры. Физическая культура как учебная дисциплина высшего профессионального образования и целостного развития личности. Ценностные ориентации и отношение студентов к физической культуре и спорту.	включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару, подготовка отчета по практикуму Подготовка реферата Подготовка к тестированию	Тест
Тема 2. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания.	Структура подготовленности спортсмена: техническая, физическая, тактическая, психическая подготовка. Зоны и интенсивность физических нагрузок. Значение мышечной релаксации Возможность и условия коррекции физического развития, телосложения, двигательной и функциональной подготовленности средствами физической культуры и спорта в студенческом возрасте		
Тема 3. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений.	Современные популярные системы физических упражнений. Мотивация и обоснование индивидуального выбора студентом вида спорта или системы физических упражнений для регулярных занятий.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару, подготовка отчета по практикуму Подготовка реферата	Реферат
Тема 4. Особенности занятий избранным видом спорта или системой физических упражнений.	Модельные характеристики спортсмена высокого класса. Определение цели и задач спортивной подготовки (или занятий системой физических упражнений) в условиях вуза. Возможные формы организации тренировки в вузе. Основные пути достижения		

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Формы текущего контроля
	необходимой структуры подготовленности занимающихся. Контроль за эффективностью тренировочных занятий. Специальные зачетные требования и нормативы по годам (семестрам) обучения по избранному виду спорта или системе физических упражнений. Календарь студенческих соревнований. Спортивная классификация и правила спортивных соревнований в избранном виде спорта.		
Тема 5. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом.	Врачебный контроль, его содержание. Педагогический контроль, его содержание. Коррекция содержания и методики занятий физическими упражнениями и спортом по результатам показателей контроля.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару, подготовка отчета по практикуму Подготовка реферата	Реферат
Тема 6. Профессионально-прикладная физическая подготовка.	Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) – целенаправленное использование средств физической культуры для подготовки человека к конкретной трудовой деятельности. Определение понятия ППФП, ее цели, задачи, средства. Место ППФП в системе физического воспитания студентов. Факторы, определяющие конкретное содержание ППФП. Методика подбора средств ППФП. Организация, формы и средства ППФП студентов в вузе. Контроль за эффективностью профессионально-прикладной физической подготовленности		

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Формы текущего контроля
	студентов.		
Тема 7. Физическая культура в профессиональной деятельности.	Производственная гимнастика. Особенности выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов. Дополнительные средства повышения общей и профессиональной работоспособности. Роль будущих специалистов по внедрению физической культуры в производственном коллективе.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару, подготовка отчета по практикуму Подготовка реферата	Реферат
Тема 8. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры и спорта.	Физическая культура и спорт, как средство профилактики и борьбы с профессиональными заболеваниями. Средства и методы профилактики травматизма на производстве.		

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Евсеев, Ю.И. Физическая культура / Ю.И. Евсеев. – 9-е изд., стер. – Ростов-на-Дону : Издательство «Феникс», 2014. – 448 с. : табл. – (Высшее образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

Дополнительная литература:

1. Третьякова, Н.В. Теория и методика оздоровительной физической культуры / Н.В. Третьякова, Т.В. Андрюхина, Е.В. Кетриш. – Москва : Спорт, 2016. – 281 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

2. Солодков, А.С. Физиология человека: общая, спортивная, возрастная : [12+] / А.С. Солодков, Е.Б. Сологуб. – 7-е изд. – Москва : Спорт, 2017. – 621 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

3.Витун, В.Г. Повышение адаптационных возможностей студентов

средствами физической культуры / В.Г. Витун, Е.В. Витун ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2015. – 103 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

4. Чеснова, Е.Л. Физическая культура : [16+] / Е.Л. Чеснова. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

5.Пушкина, В.Н. Формирование профессионально важных качеств студентов средствами физической культуры : [16+] / В.Н. Пушкина, И.В. Мищенко, А.Н. Зелянина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова. – Архангельск : САФУ, 2014. – 124 с. : табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

6. Физиологические технологии повышения работоспособности в физической культуре и спорте : [16+] / сост. И.Н. Калинина, С.Ю. Калинин ; Министерство спорта Российской Федерации, Сибирский государственный университет физической культуры и спорта и др. – Омск : Издательство СибГУФК, 2014. – 109 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Портал Министерства спорта РФ	https://www.minsport.gov.ru/
2.	Портал Департамента физической культуры и спорта г. Москвы	www.mossport.ru/
3.	Портал здорового образа жизни	http://www.rusmedserver.ru/
4.	Федеральная целевая программа "Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2016–2020 годы"	http://www.minsport.gov.ru/activities/federal-programs/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную

информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition;

лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

- Антивирусная программа Dr.Web;
- ***свободно-распространяемое программное обеспечение:***
- 7-ZIP – архиватор https://7-zip.org.ua/ru/
- Inkscape – векторный графический редактор https://inkscape.org/ru/o-programye/
- Gimp – растровый графический редактор http://www.progimp.ru/

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/.
- Образовательная платформа «Юрайт». Для вузов и ссузов. Электронная библиотечная система (ЭБС) https://urait.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/).

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тестовые задания	20-15 – верные ответы составляют более 90% от общего количества; 14-7 – верные ответы составляют 80-50% от общего количества; 6-0 – менее 50% правильных ответов
2.	Реферат	20 – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 10 – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 5 - грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Примерные темы рефератов

1. Основные требования к физической подготовленности в современных условиях.
2. Утренняя физическая зарядка (цель, задачи, продолжительность и возможные варианты).
3. Особенности физических упражнений в процессе учебной деятельности.
4. Самостоятельная физическая тренировка (цель, задачи и содержание).
5. Сила как физическое качество и методы ее развития
6. Выносливость как физическое качество и методы ее развития
7. Быстрота и методы ее развития
8. Ловкость (гибкость, координация) и методы ее развития
9. Самоконтроль в процессе выполнения физических упражнений.
10. Меры по предупреждению травматизма при выполнении физических упражнений.

Примерные тестовые задания

1. Одним из основных средств физического воспитания является:

а) физическая нагрузка;
б) физические упражнения;
в) физическая тренировка
г) урок физической культуры.

2. Под общей физической подготовкой (ОФП) понимают тренировочный процесс, направленный:

а) на формирование правильной осанки;
б) на гармоническое развитие человека;
в) на всестороннее развитие физических качеств;
г) на достижение высоких спортивных результатов.

3. К показателям физической подготовленности относятся:

а) сила, быстрота, выносливость;
б) рост, вес, окружность грудной клетки;
в) артериальное давление, пульс;
г) частота сердечных сокращений, частота дыхания.

4. Индивидуальное развитие организма человека в течение всей его жизни называется:

а) генезис;
б) гистогенез;
в) онтогенез;
г) филогенез.

5. К показателям физического развития относятся:

а) сила и гибкость;
б) быстрота и выносливость;
в) рост и вес;
г) ловкость и прыгучесть.

6. Гиподинамия – это следствие:

а) понижения двигательной активности человека;
б) повышения двигательной активности человека;
в) нехватки витаминов в организме;
г) чрезмерного питания.

7. Недостаток витаминов в организме человека называется:

а) авитаминоз;
б) гиповитаминоз;
в) гипервитаминоз;

г) бактериоз.

8. Пульс у взрослого нетренированного человека в состоянии покоя составляет:

а) 60–90 уд./мин.;
б) 90–150 уд./мин.;
в) 150–170 уд./мин.;
г) 170–200 уд./мин.

9. Динамометр служит для измерения показателей:

а) роста;
б) жизненной емкости легких;
в) силы воли;
г) силы кисти.

10. Упражнения, где сочетаются быстрота и сила, называются:

а) общеразвивающими;
б) собственно-силовыми;
в) скоростно-силовыми;
г) групповыми.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачёта.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачёт представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** **-90 и более** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более –** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более –** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
	профессиональная лексика. Задача решена частично. **«Не зачтено»** **-Менее 50** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Физическая культура и спорт как социальные феномены общества.
2. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации».
3. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.
4. Цели и задачи физической культуры студентов.
5. Организационно-правовые и программно-нормативные основы физической культуры в вузе.
6. Организм человека как единая саморазвивающаяся и саморегулирующая биологическая система.
7. Воздействие природных и социально-экономических факторов на организм и жизнедеятельность человека.
8. Средства физической культуры и спорта в управлении совершенствованием функциональных возможностей организма в целях обеспечения умственной и физической деятельности.
9. Физиологические механизмы и закономерности совершенствования отдельных систем организма под воздействием направленной физической направленности физической тренировки.
10. Двигательная функция и повышение устойчивости организма человека к различным условиям внешней среды.
11. Здоровье человека как ценность и факторы, его определяющие.
12. Здоровый образ жизни и его составляющие. Личное отношение к здоровью как условие формирования здорового образа жизни.
13. Влияние вредных привычек на здоровье человека, использование биоуправления как способа отказа от них.
14. Основные требования к организации здорового образа жизни.
15. Физическое самовоспитание и самосовершенствование в здоровом образе жизни. Критерии эффективности здорового образа жизни.
16. Методы систематического наблюдения за состоянием здоровья, за физическим развитием, физической подготовкой и реакциями организма на физическую нагрузку в процессе занятий физической культурой.

17. Общая физическая подготовка. Цели, задачи ОФП.

18. Специальная физическая подготовка. Спортивная подготовка.

19. Структура подготовленности спортсмена: техническая, физическая, тактическая, психическая подготовка.

20. Интенсивность физических нагрузок. Зоны интенсивности нагрузок по частоте сердечных сокращений.

21. Понятие о функциональном состоянии организма студентов, методы его исследования и оценка.

22. Исследование функционального состояния сердечно - сосудистой системы в покое и оценка реакции на физическую нагрузку.

23. Исследование функционального состояния системы внешнего дыхания.

24. Исследование функционального состояния нервной системы и нервно-мышечного аппарата.

25. Исследование функционального состояния опорно-двигательного аппарата.

Задания 2-го типа

1. Общие понятия, критерии и факторы здоровья.

2. Индивидуальное здоровье. Показатели индивидуального здоровья.

3. Физическое здоровье, психическое здоровье, социальное здоровье, профессиональное здоровье.

4. Методы исследования здоровья.

5. Значение физической культуры и физических упражнений для формирования телосложения и коррекции массы тела.

6. Понятие о физическом развитии человека, методы исследования физического развития.

7. Функциональное состояние. Физическая подготовленность и работоспособность.

8. Показатели состояния опорно-двигательного аппарата, исследование функций и работоспособности ОДА.

9. Показатели функций дыхательной системы, исследование функций внешнего дыхания.

10. Показатели функций сердечно-сосудистой системы, исследование реакций сердечно-сосудистой системы человека на физическую нагрузку.

11. Показатели состояния нервной системы, исследование функционального состояния нервной системы и нервно-мышечного аппарата.

12. Оценка уровня физической подготовленности.

13. Методические принципы физического воспитания. Принцип сознательности и активности. Принцип наглядности. Принцип доступности. Принцип систематичности. Принцип динамичности.

14. Методы физического воспитания. Метод регламентированного

упражнения. Игровой метод. Соревновательный метод.

15. Основы обучения движениям. Этапы обучения движениям.

16. Воспитание выносливости, средства развития и тренировки выносливости.

17. Сила, понятие, виды. Средства развития силы, методы тренировки силы.

18. Гибкость, понятие, виды. Средства и методы развития гибкости.

19. Быстрота, понятие, виды. Средства для развития быстроты, методы тренировки быстроты.

20. Ловкость, понятие, средства и методы развития ловкости.

21. Определение понятия спорт. Основные этапы спортивной подготовки.

22. Особенности организации учебных занятий по видам спорта.

23. Спортивные соревнования как средство и метод обшей физической, профессионально-прикладной и спортивной подготовки.

24. Оздоровительные системы физических упражнений по выбору студентов.

25. Психофизиологическая характеристика интеллектуальной деятельности и учебного труда студента.

Задания 3-го типа

1. Оптимальное количество активных занятий физическими упражнениями для студентов в недельном цикле должно составлять:

а) 2-4 часа

б) 4-7 часов

в) 7-10 часов

2. Задачами комплекса УГГ являются:

а) вывести на более высокий уровень физическую подготовленность человека

б) полноценно включить организма в предстоящую работу

в) развить и совершенствовать выносливость

3. Упражнения, которые не следует включать в комплекс утренней гимнастики:

а) общеразвивающие

б) на гибкость

в) со значительным отягощением

4. Укажите вид упражнений, которые не входят в структуру комплекса утренней гимнастики:

а) для мышц верхних и нижних конечностей

б) бег на месте

в) прыжки в длину с разбега

5. Знания по составлению комплекса утренней гимнастики помогают составить:

а) программу развития физических качеств 34

б) комплекс производственной гимнастики

в) план спортивных мероприятий

6. Тренеров в Древней Греции называли:

а) мастерами

б) олимпиониками

в) гимнастами

7. В соответствии с Олимпийской хартией на Олимпийских играх страну представляет:

а) правительство страны

б) национальный олимпийский комитет

в) национальный олимпийский комитет

8.Основополагающие принципы современного олимпизма изложены в:

а) олимпийской клятве

б) положении об олимпийской солидарности

в) Олимпийской хартии

9. Пять олимпийских колец символизируют:

а) пять принципов олимпийского движения

б) основные цвета флагов стран-участниц Игр Олимпиады

в) союз континентов и встречу спортсменов на Олимпийских играх

10. Почему античные Олимпийские игры называли праздниками мира:

а) они отличались миролюбивым характером соревнований

б) в них принимали участие атлеты со всего мира

в) в период проведения игр прекращались войны

11. Формы занятий по физической культуре в вузе (перечислить, цель, задачи, средства и методы).

12. Дозирование нагрузки в самостоятельной физической тренировке (уровни физической нагрузки, объем и интенсивность нагрузки, уровни физической работоспособности, дозирование нагрузки по ЧСС).

13. Контроль физического состояния в самостоятельных занятиях (виды контроля, показатели самоконтроля, тесты для определения физической работоспособности и физического состояния).

14. Тесты определения уровня функциональной дееспособности организма и их характеристика

15. Самостоятельная физическая тренировка (цель, задачи, содержание, принципы организации).

16. Формы и содержание самостоятельных занятий (основные направления, основные формы и их характеристика).

17. Диагностика и самодиагностика состояния организма при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом. Виды диагностики.

18. Врачебный контроль как условие допуска к занятиям физической культурой и спортом, его содержание и периодичность.

19. Субъективные и объективные показатели самоконтроля.

20. Определение нагрузки по показателям пульса, жизненной емкости легких и частоте дыхания.

21. Оценка функциональной подготовленности организма. Функциональные пробы.

22. Возрастные особенности содержания занятий физической культурой.

21. Взаимосвязь между интенсивностью занятий и ЧСС.

22. Признаки чрезмерной нагрузки.

23. Профилактика профессиональных заболеваний и травматизма средствами физической культуры.

24. Микропауза активного отдыха.

25. Утренняя гигиеническая гимнастика.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины
«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»
(Общая физическая подготовка)

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 8

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 13

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 16

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 26

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 28

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (Общая физическая подготовка) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (Общая физическая подготовка) охватывает круг вопросов, связанных с физической культурой, как частью общечеловеческой культуры, здоровым образом жизни и его основных составляющих, социально-биологическими основами адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, подготовкой к самостоятельным занятиям физической культурой и спортом, возрастной физиологией, самоконтролем за физическим состоянием, психофизической основой физической культуры и спорта, гигиеной.

Общая физическая подготовка (ОФП) – это система занятий физическими упражнениями, которая направлена на развитие всех физических качеств (сила, выносливость, скорость, ловкость, гибкость) в их гармоничном сочетании. В основе общей физической подготовки может быть любой вид спорта или отдельный комплекс упражнений, допустим: гимнастика, бег, аэробика, единоборства, плавание, любые подвижные игры. Главное избежать узкой специализации и гипертрофированного развития только одного физического качества за счёт и в ущерб остальных.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1-4 курсах в 1-7 семестрах.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование физической готовности обучающихся к успешной будущей профессиональной деятельности через развитие прикладных физических качеств, формирование прикладных двигательных умений и практического опыта, потребности в физическом совершенствовании и здоровом образе жизни.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания и умения, способствующие развитию и совершенствованию базовых силовых, скоростных и координационных качеств, общей и специальной выносливости, гибкости;
- сформировать практический опыт использования основных и прикладных двигательных упражнений;
- научиться обеспечивать оптимальный уровень двигательной активности в образовательной и повседневной деятельности;
- формирование уровня знаний, умений и практического опыта по укреплению здоровья, закаливанию организма, повышению его устойчивости к неблагоприятным факторам внешней среды, профессиональной и образовательной деятельности;
- научиться применять в практической деятельности и повседневной жизни знания о здоровом образе жизни.

Особый порядок освоения дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

- Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается особый порядок освоения дисциплины на основании соблюдения принципов здоровьесбережения и адаптивной физической культуры.
- Элективные курсы по физической культуре осуществляются с учетом вида и тяжести нарушений организма обучающегося с ограниченными возможностями здоровья и инвалида.
- Подвижные занятия в специальной медицинской группе проводятся профессорско-преподавательским составом, имеющим соответствующую подготовку.
- Выбор методов обучения, проведение текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации осуществляется в каждом отдельном случае с учетом особенностей нарушений функций организма обучающихся, зафиксированных в справке бюро медико-социальной экспертизы.
- По личному заявлению обучающегося возможна разработка индивидуальных учебных планов и индивидуальных графиков для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов с учетом их особенностей и образовательных потребностей, а также увеличение срока их обучения, но не более чем на полгода.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компе-тенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	**УК-7**	**УК-7.1** Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	Методы сохранения и укрепления физического здоровья в условиях полноценной социальной профессиональной деятельности; социально-гуманитарную роль физической культуры и спорта в развитии личности; роль физической культуры и принципы здорового образа жизни; влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; правила и способы	-	-	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

Результаты освоения ООП	Код компе	Код и наименование	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной
			планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности.			
		УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности	-	Организовывать режим времени, приводящий к здоровому образу жизни; использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа; выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной и адаптивной (лечебной) физической культуры.	-	
		УК-7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности	-	-	Спортивной деятельности и физического самосовершенствования и самовоспитания; способностью к организации своей жизни в соответствие с социально-значимыми представлениями о здоровом образе жизни; методикой самостоятельных занятий	

Результаты освоения ООП	Код компе	Код и наименование	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной
					самоконтроля за состоянием своего организма; методикой организации и проведения индивидуального, коллективного (семейного) отдыха и при участии в массовых спортивных соревнованиях.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
1 семестр											
Тема 1. Методы оценки и развития общей выносливости	1	2								12	Дневник самоконтроля /20
Тема 2. Методы оценки и развития координации и ловкости	1									12	Дневник самоконтроля /20
Тема 3. Методы оценки и развития силовых способностей	1									12	Дневник самоконтроля /20
Тема 4. Методы оценки и развития гибкости	1									12	Дневник самоконтроля /20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:/сем.	**4**	**2**								**48**	**100**
Контроль, час/сем.	**0**										**Зачёт**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**54**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**0**										
2 семестр											
Тема 5 Развитие силовых способностей	1	2								12	Дневник самоконтроля /20
Тема 6 Развитие гибкости										12	Дневник самоконтроля /20
Тема 7 Развитие координации и ловкости	1									12	Дневник самоконтроля /20
Тема 8 Развитие общей выносливости										14	Дневник самоконтроля /20

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
											Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:/сем.	**2**	**2**								**50**	**100**
Контроль, час/сем.	**0**										**Зачёт**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**54**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**0**										
3 семестр											
Тема 9 Развитие силовых способностей	1	2								12	Дневник самоконтроля /20
Тема 10 Развитие гибкости										12	Дневник самоконтроля /20
Тема 11 Развитие ловкости	1									12	Дневник самоконтроля /20
Тема 12 Развитие общей выносливости										14	Дневник самоконтроля /20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:/сем.	**2**	**2**								**50**	**100**
Контроль, час/сем.	**0**										**Зачёт**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**54**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**0**										
4 семестр											
Тема 13	1	2								10	Дневник

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Методика проведения учебно-тренировочного задания											самоконтроля /20
Тема 14 Развитие координации										12	Дневник самоконтроля /20
Тема 15 Развитие гибкости	1									12	Дневник самоконтроля /20
Тема 16 Развитие силовых способностей										12	Дневник самоконтроля /20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:/сем.	**2**	**2**								**46**	**100**
Контроль, час/сем.	**0**										**Зачёт**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**50**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**0**										
5 семестр											
Тема 17 Развитие общей выносливости	1	2								8	Дневник самоконтроля /20
Тема 18 Развитие силовых способностей										8	Дневник самоконтроля /20
Тема 19 Развитие гибкости	1									8	Дневник самоконтроля /20
Тема 20 Дыхательные упражнения для снятия напряжения, расслабление, релаксация										10	Дневник самоконтроля /20 Таблица «Определение степени физической

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
											нагрузки» /20
Всего:/сем.	**2**	**2**								**34**	**100**
Контроль, час/сем.	**0**										**Зачёт**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**38**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**0**										
6 семестр											
Тема 21 Совершенствование техники	1	2								8	Дневник самоконтроля /20
Тема 22 Совершенствование техники										8	Дневник самоконтроля /20
Тема 23 Развитие силовых способностей	1									10	Дневник самоконтроля /20
Тема 24 Развитие гибкости										11	Дневник самоконтроля /20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:/сем.	**2**	**2**								**37**	**100**
Контроль, час/сем.	**0**										**Зачёт**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**41**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**0**										
7 семестр											
Тема 25. Развитие координационных способностей	1	2								10	Дневник самоконтроля /20
Тема 26										12	Дневник

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Развитие общей выносливости											самоконтроля /20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Тема 27. Специальная физическая подготовка	1									11	Дневник самоконтроля /20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:/сем.	**2**	**2**								**33**	**100**
Контроль, час/сем.	**0**										**Зачёт**
Объем дисциплины (в академических часах)/сем.	**37**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)/сем.	**0**										
Всего по дисциплине											
Всего:	**16**	**14**								**298**	**100*7**
Контроль, час	**0**										**Зачёт*7**
Объем дисциплины (в академических часах)	**328**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**0**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. **Методы оценки и развития общей выносливости**

Содержание темы. Понятие, структура и содержание физического качества. Факторы и условия, детерминирующие проявление общей выносливости. Сенситивные периоды развития общей выносливости. Методы оценки выраженности общей выносливости (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы). Средства и методы развития общей выносливости. Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития общей выносливости.

Тема 2. **Методы оценки и развития координации и ловкости**

Содержание темы. Понятие, структура и содержание координации и ловкости. Факторы и условия, детерминирующие проявление координации и ловкости. Сенситивные периоды развития координации и ловкости. Методы оценки выраженности координации и ловкости (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы). Средства и методы развития координации и ловкости. Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития координации и ловкости.

***Тема 3*.** **Методы оценки и развития силовых способностей**

Содержание темы. Понятие, структура и содержание силовых способностей. Факторы и условия, детерминирующие проявление силовых способностей. Сенситивные периоды развития силовых способностей. Методы оценки выраженности силовых способностей (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы).

Тема 4. **Методы оценки и развития гибкости**

Содержание темы. Понятие, структура и содержание физического качества. Факторы и условия, детерминирующие проявление гибкости. Сенситивные периоды развития гибкости. Методы оценки выраженности гибкости (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы).

Тема 5. **Развитие силовых способностей**

Содержание темы. Методы стандартного и переменного упражнения. Круговой метод. Упражнения для развития силовых способностей. Программа для развития силовых способностей. Средства и методы самоконтроля.

Тема 6. **Развитие гибкости**

Содержание темы. Методы стандартного и переменного упражнения. Круговой метод. Упражнения для развития гибкости. Программа для развития подвижности в суставах. Средства и методы самоконтроля.

Тема 7. **Развитие координации и ловкости.**

Содержание темы. Повторный, переменный, интервальный, смешанный методы тренировочной работы. Упражнения для развития координации и ловкости. Программа для развития координации и ловкости. Средства и методы самоконтроля**.**

Тема 8. **Развитие общей выносливости**

Содержание темы. Равномерный, переменный, кроссовый, смешанный методы тренировочной работы. Упражнения для развития общей выносливости. Программа для развития общей выносливости. Средства и методы самоконтроля**.**

Тема 9. **Развитие силовых способностей**

Содержание темы. Средства и методы развития силовых способностей. Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития силовых способностей

Тема 10. **Развитие гибкости**

Содержание темы. Средства и методы развития гибкости. Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития гибкости.

Тема 11. **Развитие ловкости**

Содержание темы. Подбор упражнений на учебно-тренировочных занятиях предусматривает совершенствование ранее изученных и обучение новым двигательным действиям, выполнение заданий с разной интенсивностью и иными интервалами отдыха. Прыжки через скакалку. Подсчёт частоты пульса после физического нагрузки и в состоянии покоя.

Тема 12. **Развитие общей выносливости**

Содержание темы. Подбор упражнений на учебно-тренировочных занятиях предусматривает совершенствование ранее изученных и обучение новым двигательным действиям, выполнение заданий с разной интенсивностью и иными интервалами отдыха, специфичными для развития общей выносливости.

Тема 13. **Методика проведения учебно-тренировочного задания**

Содержание темы. Подготовка мест занятий. Допуск к занятиям и спортивная форма. Техника безопасности на занятиях. Приемы первой помощи при травмах План-конспект занятия. Дозирование физической нагрузки у занимающихся. Цели и задачи занятия. Вводная часть занятия. Основная часть занятия. Заключительная часть занятия. Подведение итогов занятия. Приемы первой помощи при травмах.

Тема 14. **Развитие координации**

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координации.

Тема 15. **Развитие гибкости**

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

Тема 16. **Развитие силовых способностей**

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей.

Тема 17. **Развитие общей выносливости**

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития общей выносливости

Тема 18. **Развитие силовых способностей**

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей.

Тема 19. **Развитие гибкости**

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

Тема 20. **Дыхательные упражнения для снятия напряжения, расслабление, релаксация**

Содержание темы. Комплекс релаксационных упражнений. Релаксация. Подвижные игры с незначительной психофизической нагрузкой.

Тема 21. **Совершенствование техники**

Содержание темы. Совершенствование техники релаксационных упражнений (ряд упражнений, направленных на совершенствование расслабляющих упражнений и развитие подвижности в суставах).

Тема 22. **Совершенствование техники**

Совершенствование техники выполнения заданий с разной интенсивностью и иными интервалами отдыха, специфичными для развития общей выносливости.

Тема 23. **Развитие силовых способностей**

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей. Упражнения с использованием тренажёрных устройств. Упражнения для мышц рук и плечевого пояса; упражнения для мышц туловища; упражнения для мышц ног.

Тема 24. **Развитие гибкости**

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

Тема 25. Развитие координационных способностей

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координационных способностей.

Тема 26. Развитие общей выносливости

Содержание темы. Дальнейшее совершенствование изученных

упражнений для развития общей выносливости

Тема 27. Специальная физическая подготовка (СФП)

Содержание темы. Организация спортивного двигательного действия. Специальная работоспособность обучаемого. Двигательные способности обучаемого. Общие основы методики СФП обучаемого. Практическая методика СФП. Программирование СФП.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется

изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

1. Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

2. Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

3. Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Методические указания для обучающихся по ведению дневника самоконтроля

Самоконтроль - это достаточно регулярное наблюдение за состоянием своего здоровья, необходимое для оптимизации физических и прочих нагрузок во время планового тренировочного процесса. Все параметры и характеристики заносятся в личный дневник.

Подробности рациона питания, специфических практик и процедур, применяемых, по собственной инициативе или по рекомендации и назначению медицинского специалиста - необходимо документировать, с указанием подробностей, нужных для дальнейшего анализа истории и понимания причин возможных патологий. В сумме, синергетически, они могут резко менять состояние здоровья и существенно сказываться на спортивных результатах, вследствие сонастройки или, наоборот, разбалансировки систем организма.

В графе "примечаний и дополнительной информации" - обязательно указываются внутренние и внешние факторы, которые существенно влияют на состояние организма. Это, в первую очередь, текущее состояние геомагнитного поля ("магнитные бури") и экстремальные погодные условия, в виде перепадов атмосферного давления и температуры на улице.

Пример ведения дневника самоконтроля (ОФП).

Показатели	Число, месяц, год, время дня	Примечание
Утренняя ортостатическая проба (ортопроба)		
ЧСС (пульс) до и после занятий		

Показатели	Число, месяц, год, время дня	Примечание
Частота дыхания в минуту: до и после занятия		
Потоотделение		
Масса тела до и после тренировки		
Самочувствие		
Жизненная ёмкость легких		
Кистевая динамометрия		
Сон		
Аппетит		
Настроение		
Болевые ощущения		
Работоспособность		
Желание тренироваться		
Спортивные результаты		

Методические указания для обучающихся по заполнению таблицы «Определение степени физической нагрузки по частоте пульса»

Как измерить пульс. Лучевая артерия, где обычно измеряют пульс, находится на внутренней части запястья, примерно на середине расстояние между его серединой и наружной стороной, соответствующей большому пальцу кисти. Положите на указанную область подушечки указательного и среднего пальцев, затем начните оказывать с нарастающей силой давление на эту зону, пока не появится ощущение пульсация. Посчитайте количество ударов пульса за 10 секунд, умножьте полученный результат на 6, конечное значение и есть частота пульса (сердечных сокращений) в одну минуту.Для людей, не имеющих серьёзных заболеваний сердца и не принимающих лекарственных препаратов, замедляющих частоту сердечных сокращений, величина максимально предельного уровня пульса определяется по формуле:

220 - возраст.

При наличии сердечных проблем необходимо консультироваться у кардиолога или рассчитывать максимальный пуль по формуле:

200 - возраст.

Целевая зона пульса при тренировках должна находиться в диапазоне 50-85% от максимально допустимого уровня. Занятия

упражнениями в этих пределах будут гарантировать Вам отсутствие переутомления и поддержание хорошего состояния здоровья.

Определение степени физической нагрузки по частоте пульса (уд./мин)

Мощность работы	Частота пульса	Опасность перенапряжения	Тренировочный эффект
Супермаксимальная	Более 187-189	Высокая	Сомнительный
Максимальная	175-188	Повышенная	Отличный
Субмаксимальная	153-175	Нужна осторожность	Отличный
Большая	128-153	Нужна осторожность для нетренированных	Хороший
Средняя	100-128	Незначительная	Удовлетворительный
Легкая	100 и менее	Отсутствует	Незначительный

Правила поведения для обучающихся, занимающихся физической культурой (далее - Правила поведения).

При нахождении в спортивном зале занимающиеся обязаны соблюдать настоящие Правила поведения. График проведения занятий определяется расписанием занятий, утвержденным заведующим кафедрой.

1. Общие требования безопасности

К занятиям допускаются:

- занимающиеся, не имеющие медицинских противопоказаний для занятий физической культурой;
- прошедшие инструктаж по технике безопасности;
- одетые в спортивную одежду и обувь, соответствующие виду занятий.

Занимающиеся обязаны соблюдать правила пожарной безопасности, знать места расположения первичных средств пожаротушения.

Занимающиеся должны знать место нахождения аптечки и уметь оказывать первую доврачебную помощь.

О каждом несчастном случае пострадавший или очевидец обязан немедленно сообщить преподавателю кафедры физической культуры.

Занимающимся запрещается без разрешения преподавателя подходить к имеющемуся во вспомогательных помещениях (раздевалки, душевые и т.п.) оборудованию и инвентарю и пользоваться им.

Занимающиеся, допустившие невыполнение или нарушение настоящих правил, привлекаются к дисциплинарной и материальной ответственности.

2. Требования безопасности перед началом занятий

Изучить содержание настоящих Правил. С разрешения

преподавателя пройти в раздевалку, переодеться в спортивную форму (футболка, спортивные трусы, спортивная обувь на нескользкой подошве, не оставляющей следов на полу), не мешая соседям, аккуратно складывая свою одежду. С разрешения преподавателя пройти на легкоатлетический манеж. Разрешается брать с собой только вещи, необходимые для занятий. Не рекомендуется приступать к занятиям непосредственно после приема пищи. Запрещается приступать к занятиям при незаживших травмах и общем недомогании.

3. Требования безопасности во время занятий

Во время занятий занимающийся обязан:

- соблюдать настоящую инструкцию;
- неукоснительно выполнять все указания преподавателя, проводящего занятия;
- использовать спортивный инвентарь только с разрешения и под руководством преподавателя, проводящего занятия;
- выполнять упражнения с максимальной осторожностью, а при необходимости - со страховкой;
- работать только на том оборудовании, которое указано преподавателем;
- перед переходом к занятиям с использованием новых видов спортивного оборудования (инвентаря) и выполнением новых упражнений получить инструктаж по правилам использования данного вида оборудования.

Занимающимся запрещается:

- использовать неисправное оборудование;
- стоять близко от других занимающихся, выполняющих упражнения;
- самостоятельно осуществлять переход на другое оборудование;
- выполнять упражнения с гантелями и штангой с влажными ладонями;
- выполнять любые действия без разрешения преподавателя кафедры физической культуры;
- использовать спортивное оборудование и инвентарь не по прямому назначению;
- производить самостоятельно разборку, сборку и ремонт оборудования;
- вносить в спортивный зал любые предметы без разрешения преподавателя, проводящего занятия.

4. Требования безопасности в аварийных ситуациях

При возникновении во время занятий болей в суставах, мышцах, возникновении кровотечения, а также при плохом самочувствии прекратить занятие и сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

При возникновении чрезвычайной ситуации (обнаружении неисправности оборудования, появлении посторонних запахов,

задымлении, возгорании и т.п.) немедленно сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры и действовать в соответствии с его указаниями.

При получении травмы сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

При необходимости и возможности помочь преподавателю, проводящему занятия, оказать пострадавшему первую медицинскую помощь.

5. Требования безопасности по окончании занятий

Сдать использованное оборудование и инвентарь преподавателю кафедры физической культуры.

С разрешения преподавателя кафедры физической культуры, выйти из зала.

Принять душ, переодеться.

При обнаружении неисправности оборудования, системы вентиляции, работы сантехнических систем, нарушения целостности окон сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Методы оценки и развития общей выносливости	Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития общей выносливости.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 2. Методы оценки и развития координации и ловкости	Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития координации и ловкости.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 3. Методы оценки и развития силовых способностей	Методы оценки выраженности силовых способностей (контрольные упражнения, тесты, сопоставительные таблицы).	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 4. Методы оценки и развития гибкости	Методы оценки выраженности гибкости (контрольные упражнения, тесты,	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet	Дневник самоконтроля Таблица «Определение

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	сопоставительные таблицы).	Подготовка дневника самоконтроля Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки»	степени физической нагрузки»
Тема 5 Развитие силовых способностей	Программа для развития силовых способностей. Средства и методы самоконтроля.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 6 Развитие гибкости	Программа для развития подвижности в суставах. Средства и методы самоконтроля.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 7 Развитие координации и ловкости	Программа для развития координации и ловкости. Средства и методы самоконтроля**.**	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 8 Развитие общей выносливости	Программа для развития общей выносливости. Средства и методы самоконтроля**.**	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки»	Дневник самоконтроля Таблица «Определение степени физической нагрузки»
Тема 9 Развитие силовых способностей	Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития силовых способностей	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 10 Развитие гибкости	Гендерные и возрастные особенности обучающихся, которые необходимо учитывать при составлении дифференцированных и индивидуальных программ развития гибкости.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 11 Развитие ловкости	Прыжки через скакалку. Подсчёт частоты пульса после физического нагрузки и в состоянии покоя.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 12 Развитие	Подбор	Работа с литературой,	Дневник

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
общей выносливости	упражнений на учебно-тренировочных занятиях предусматривает совершенствование ранее изученных и обучение новым двигательным действиям, выполнение заданий с разной интенсивностью и иными интервалами отдыха, специфичными для развития общей выносливости.	включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки»	самоконтроля Таблица «Определение степени физической нагрузки»
Тема 13 Методика проведения учебно-тренировочного задания	Дозирование физической нагрузки у занимающихся.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 14 Развитие координации	Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координации	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 15 Развитие гибкости	Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 16 Развитие силовых способностей	Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки»	Дневник самоконтроля Таблица «Определение степени физической нагрузки»
Тема 17 Развитие общей выносливости	Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития общей выносливости	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 18 Развитие силовых способностей	Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития силовых способностей.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 19 Развитие гибкости	Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 20 Дыхательные упражнения для снятия напряжения, расслабление, релаксация	Релаксация. Подвижные игры с незначительной психофизической нагрузкой.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки»	Дневник самоконтроля Таблица «Определение степени физической нагрузки»
Тема 21 Совершенствование техники	Совершенствование техники релаксационных упражнений (ряд упражнений, направленных на совершенствование расслабляющих упражнений и развитие подвижности в суставах).	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 22 Совершенствование техники	Совершенствование техники выполнения заданий с разной интенсивностью и иными интервалами отдыха, специфичными для развития общей выносливости.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 23 Развитие силовых способностей	Упражнения для мышц рук и плечевого пояса; упражнения для мышц туловища; упражнения для мышц ног.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 24 Развитие гибкости	Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки»	Дневник самоконтроля Таблица «Определение степени физической нагрузки»
Тема 25. Развитие координационных способностей	Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координационных способностей.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля	Дневник самоконтроля
Тема 26 Развитие общей выносливости	Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития общей выносливости	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки»	Дневник самоконтроля Таблица «Определение степени физической нагрузки»
Тема 27.	Двигательные	Работа с литературой,	Дневник

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Специальная физическая подготовка	способности обучаемого. Общие основы методики СФП обучаемого. Практическая методика СФП. Программирование СФП.	включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка дневника самоконтроля Подготовка Таблицы «Определения степени физической нагрузки»	самоконтроля Таблица «Определение степени физической нагрузки»

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Чеснова, Е.Л. Физическая культура : [16+] / Е.Л. Чеснова. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

Дополнительная литература:

1. Николаев, В.С. Двигательная активность и здоровье человека: теоретико-методические основы оздоровительной физической тренировки : [16+] / В.С. Николаев, А.А. Щанкин. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 81 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

2. Физическая культура и физическая подготовка / И.С. Барчуков, Ю.Н. Назаров, В.Я. Кикоть и др. ; ред. В.Я. Кикоть, И.С. Барчуков. – Москва : Юнити, 2015. – 432 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

3. Витун, В.Г. Повышение адаптационных возможностей студентов средствами физической культуры / В.Г. Витун, Е.В. Витун ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2015. – 103 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Портал Министерства спорта РФ	https://www.minsport.gov.ru/activities/federal-programs/
2	Портал Департамента физической культуры и спорта г. Москвы	https://www.mos.ru/moskomsport/
3.	Портал Takzdorovo.ru	http://www.takzdorovo.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебный кабинет

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; учебно-наглядные пособия (комплекты плакатов по дисциплине, набор раздаточных дидактических материалов);

Технические средства обучения:

персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран);

Спортивный зал

для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Основное оборудование:

Блины 1,25 кг – 30шт., блины 10 кг – 7 кг., блины 15 кг – 4 шт., блины 2,5 кг – 22 шт., блины 20 кг – 4шт., блины 5 кг – 15 шт., бодибары – 7 шт., будо-мат (красно-синий) – 25 шт., будо-мат (красный) – 25 шт., будо-мат (синий) – 25 шт., гантели 1 кг – 25 шт., гантели 1,5 кг – 10 шт., гантели 10 кг – 2 шт., грузы для ног – 2 шт., канат – 1 шт., коврик – 10 шт., мешок для битья (груша) – 8 шт., мяч для метания – 4 шт., мяч теннисный - 7 шт., мяч волейбольный – 15 шт., мяч баскетбольный – 15 шт., скакалка – 25 шт., степы – 15 шт., теннисный стол – 1 шт., стул преподавателя, стол преподавателя, персональный компьютер.

Учебно-наглядные пособия:

Средства и методы развития общей выносливости;

Средства и методы развития координации и ловкости;

Методы стандартного и переменного упражнения

Помещения для самостоятельной работы обучающихся

Оснащенность которых:

компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии; мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная).

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные

профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition;

лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

- Антивирусная программа Dr.Web;
- ***свободно-распространяемое программное обеспечение:***
- 7-ZIP – архиватор https://7-zip.org.ua/ru/
- Inkscape – векторный графический редактор https://inkscape.org/ru/o-programye/
- Gimp – растровый графический редактор http://www.progimp.ru/

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/.
- Образовательная платформа «Юрайт». Для вузов и ссузов. Электронная библиотечная система (ЭБС) https://urait.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/).

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего

контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1	Дневник самоконтроля	20- таблица оформлена полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью 10- таблица оформлена не полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью
2	Таблица «Определение степени физической нагрузки»	20- таблица оформлена полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью 10- таблица оформлена не полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Примерные упражнения</u> <u>для самостоятельного выполнения</u>

ОБЩАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

1. Общеразвивающие упражнения без предметов

• упражнения для мышц шеи и плечевого пояса;

• упражнения для мышц рук и плечевого пояса;

• упражнения для мышц туловища;

• упражнения для мышц ног и подвижности в тазообедренных суставах;

• упражнения общего воздействия.

2. Упражнения с использованием тренажёрных устройств (силовой комплекс, велотренажер, скамья для жима лежа)

• упражнения для мышц рук и плечевого пояса;

• упражнения для мышц туловища;

• упражнения для мышц ног.

3. Упражнения с гантелями.

<u>Упражнения для бицепсов.</u>

Сгибания рук с гантелями (стоя, сидя). Хват снизу, сверху.

Попеременное сгибание рук с гантелями сидя.

<u>Упражнения для трицепсов</u>

Жим гантели из-за головы одной рукой.

Жим гантели из-за головы двумя руками.Разгибание руки назад в наклоне.

Разгибание рук с гантелями в локтевых суставах в наклоне.

<u>Упражнения для мышц плечевого пояса</u>

Жим гантелей от плеча с разным положением кистей (вперёд, параллельно).

Подъем гантелей вперед.

Разведение рук с гантелями в стороны (стоя).

Разведение рук с гантелями в стороны (стоя в наклоне).

Упражнения для грудных мышц

Жим гантелей лежа.

Разведение рук с гантелями лежа на скамейке.

Отведение выпрямленных рук назад, лежа на скамейке.

Упражнения для мышц спины

Тяга гантелей к поясу в наклоне.

Имитация рубки дров с гантелями в руках.

Наклоны с гантелями (ноги на ширине плеч, гантели в опущенных руках).

Отведение гантелей назад-вверх в наклоне (имитация гребка) с задержкой в верхней позиции

на 1-2 с.

Упражнения для мышц брюшного пресса

Подъемы туловища из положения лёжа, руки с гантелями за головой, ступни закреплены.

Упражнения для мышц ног

Приседания, руки с гантелями у плеч или опущены вниз.

Выпады с гантелями.

Подъемы на носки. Гантели в опущенных руках или у плеч.

Методические указания. Гантели позволяют выполнять упражнения на почти все группы мышц без дополнительного оборудования. Следует выполнять от трех до пяти подходов при выполнении одного упражнения, повторяя движения до 10-12 раз. Систематические упражнения с гантелями повышают выносливость, увеличивают силу мышц, улучшают ловкость и быстроту. В конце занятий обязательно выполнять упражнения на расслабление мышц.

4. Упражнения с гирями. Комплекс упражнений.

Лежа спиной на скамейке, гири у плеч: сгибание и разгибание рук.

Стоя, гиря в опущенной руке: круговые движения гирей вперед и назад.

Тяга гири двумя руками к подбородку стоя.

Жим гири стоя.Тяга гири одной рукой в наклоне.

Поднятие гири на бицепс.

Стоя гири у плеч: слегка согнув ноги в коленях и резко выпрямляя их, вытолкнуть гири вверх на прямые руки.

Стоя гири у плеч: выпад ногой вперед, выталкивая гири вверх на выпрямленные руки.

Наклоны с гирей в сторону (упражнение для развития косых мышц спины).

Наклоны с гирей вперед (гиря на спине).

Приседания с гирей на плечах.

Подъемы на носках ног. Гиря перед собой в опущенных руках.

Методические указания. Количество повторений каждого упражнения не менее 5-6, но не более 15-16. Упражнения с гирями

способствуют развитию мышечной системы, развивают, укрепляют костно-мышечного аппарат (особенно укрепляют запястья и локтевые уставы), а также благоприятно воздействуют на сердечно-сосудистую систему. В конце занятий выполняются упражнения на расслабление мышц.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с 1 по 7 семестр в форме зачета в каждом семестре.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся основного медицинского отделения тестов общей физической подготовки, специальной физической и технической подготовки по ОФП Обучающиеся, отнесенные по состоянию здоровья к подготовительному и специальному медицинским отделениям, включая лиц с ограниченными возможностями здоровья, выполняют только те контрольные нормативы, которые доступны им по состоянию здоровья	**«Зачтено»** **90-100**– регулярное посещение занятий (90-100% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения), успешная сдача контрольных нормативов (тестов), занятие в спортивной секции; участие в спортивно-массовых мероприятиях **70 -89**– посещение занятий (80-90% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения), сдача контрольных нормативов (тестов) **50-69 -** посещение занятий (70-80% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения); сдача контрольных нормативов (тестов) **«Не зачтено»** **менее 50**– посещение занятий (менее 70% посещаемость) (в случае пропуска по болезни необходима справка из медицинского учреждения), пропуск занятий без уважительной причины, неудовлетворительная сдача контрольных нормативов (тестов)

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

КОНТРОЛЬНЫЕ ТЕСТЫ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ОСНОВНОЙ И СПЕЦИАЛЬНОЙ МЕДИЦИНСКИХ ГРУПП

№ теста	Наименование упражнений-тестов	Оценка в баллах				
		10	9	8	7	6
МУЖЧИНЫ						
ОФП						
1.	Модифицированный тест Купера (индекс).	более 880	879-781	780-681	680-580	менее 580
2.	Наклоны туловища (см).	+8 +10	+3 +5	0 0	-5 -5	<-5 <-5

№ теста	Наименование упражнений-тестов	Оценка в баллах				
		10	**9**	**8**	**7**	**6**
3.	Наклон туловища из положения сидя и стоя.					
4.	Подтягивание на перекладине. ОТОФП (к-во раз).	15	12	9	7	5
5.	Сгибание и разгибание рук в упоре на брусьях (к-во раз).	15	12	9	7	5
6.	Приседания на одной ноге, без опоры о стенку (к-во раз).	10	8	6	5	4
7.	Поднимание ног (к-во раз).	10	7	5	3	2
8.	Комбинированное силовое упражнение (к-во серий).	12	10	8	6	5
9.	Прыжки в длину с места (см).	250	240	230	223	215
10.	Атлетическая подготовка. Поднимание гири 24 кг (рывок), весовые категории: до 70 кг св. 70 кг	 38 44	34 40	30 36	 26 32	 22 28
11.	Статическое силовое упражнение (мин, сек).	3.00	2.40	2.10	1.40	1.20
12.	Ведение баскетбольного мяча по сигналам флажка, свистка (сек).	11,8	12,4	13,2	13,4	13,8
13.	Удержание равновесия (сек).	28	24	20	16	12
14.	Комплекс упражнений для исправления осанки.					
15.	Комплексное силовое упражнение (к-во раз).	44 50	36 46	32 42	28 40	24 38
ЖЕНЩИНЫ						
1. Общая физическая подготовка						
16.	Модифицированный тест Купера (индекс).	более 670	670-591	590-511	510-430	менее 430
17.	Наклоны туловища (см).	+8 +10	+3 +5	0 0	-5 -5	<-5 <-5
18.	Наклон туловища из положения сидя и стоя.	)				
19.	Поднимание туловища из положения лежа на спине. ОТОФП (к-во раз).	60	50	40	30	20
20.	Сгибание и разгибание рук в упоре лежа с колен (отжимание) - к-во раз.	30 40	25 35	20 30	17 25	15 20
21.	Приседания на одной ноге, опора о стенку (к-во раз).	8 12	6 10	5 8	4 6	3 5
22.	Шейпинг. Комплекс упражнений.					
23.	Прогибание туловища назад (к-во раз).	30	25	20	15	12
24.	Ведение баскетбольного мяча по сигналам флажка, свистка (сек).	13,4	14,0	14,6	15,4	15,8
25.	Комплекс упражнений для исправления осанки.					
26.	Удержание равновесия (сек).	26	22	18	14	10

№ теста	Наименование упражнений-тестов	Оценка в баллах				
		10	9	8	7	6
27.	Комплексное силовое упражнение (к-во раз).	34 38	30 36	28 34	26 32	24 30

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕДИЦИНСКИЕ ГРУППЫ							
№ теста	Наименование упражнений-тестов	Семестр	Оценка в баллах				
			10	9	8	7	6
МУЖЧИНЫ							
1. Общая физическая подготовка							
1.1. Общая выносливость							
1.	Проба Руфье	1-6	0-5	5,1-10	10,1.-15	15,1-20	Более 20
1.2. Гибкость							
2.	Наклоны туловища (см).	1 2 3 4-6	+5 +6 +8 + 10	+3 +4 +5 +5	0 0 0 0	-5 -5 -5 -5	<-5 <-5 <-5 <-5
1.3. Сила и силовая выносливость							
3.	Подтягивание на перекладине (к-во раз)	1 2 3 4 5 -6	15 15 15 15 15	5 6 7 8 9	3 4 5 6 7	2 3 4 5 6	1 2 3 4 5
4.	Сгибание и разгибание рук в упоре лежа с колен (отжимание) - к-во раз	1,2 3-6	30 40	25 35	20 30	15 20	10 20
5.	Приседания на одной ноге, без опоры о стенку (к-во раз)	1,2 3	7 9	5 7	3 5	2 3	1 2
6.	Поднимание ног (к-во раз)	2	6	5	3	2	1
2. Спортивно-техническая подготовка							
7.	Поднимание гири 16 кг (рывок) Весовые категории: до 70 кг свыше 70 кг	 1,2 1,2	 16 20	 14 16	 10 12	 6 8	 4 6
3. Профессионально-прикладная физическая подготовка и жизненно-необходимые умения и навыки							
3.1. Статическая выносливость мышц спины и ног							
8.	Статическое силовое упражнение (мин, сек).	4-6	2,30	2,00	1,30	1,00	0,40
3.2. Устойчивость внимания и подвижность нервных процессов, быстрота зрительного различения							
9.	Ведение баскетбольного мяча по сигналам	3-5	13,0	13,8	14,6	15,2	15,8
3.3. Координация, точность движений и мышечных усилий							
3.4. Устойчивость прямостояния и формирование правильной осанки							
10.	Комплекс упражнений для исправления осанки.	4-6	Приложение 2 (Методические рекомендации)				
11.	Удержание равновесия (сек).	4-6	26	22	16	12	10

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕДИЦИНСКИЕ ГРУППЫ							
№ теста	Наименование упражнений-тестов	Семестр	Оценка в баллах				
			10	9	8	7	6
3.5. Тесты специально-прикладной физической подготовки							
12.	Комплексное силовое упражнение (к-во раз).	1,2 3-6	32 38	30 36	28 32	26 30	24 28
ЖЕНЩИНЫ							
1. Общая физическая подготовка							
1.1. Общая выносливость							
13.	Проба Руфье	1-6	0-5	5,1-10	10,1.-15	15,1-20	Более 20
	1.2. Гибкость						
14.	Наклоны туловища (см).	1 2 3 4-6	+5 +6 +8 +10	+3 +4 +5 +5	0 0 0 0	-5 -5 -5 -5	<-5 <-5 <-5 <-5
1.3. Сила и силовая выносливость							
15.	Поднимание туловища из положения лежа на спине (к-во раз)	1 2 3 4 5-6	60 60 60 60 60	25 30 35 40 43	20 20 30 35 40	15 18 25 30 35	10 15 20 25 30
16.	Сгибание и разгибание рук в упоре лежа с колен (к-во раз)	1,2 3-6	20 25	15 20	10 15	8 12	7 10
17.	Приседания на одной ноге, опора о стенку (к-во раз)	1,2 3-6	8 10	4 8	3 6	2 4	1 2
18.	Подтягивание лежа (- к-во раз	2,4	12	10	8	6	4
2. Спортивно-техническая подготовка							
19.	Шейпинг. Комплекс упражнений (упрощенный)	1,2	Приложение 2 (Методические рекомендации)				
20.	Волейбол. Подачи по зонам (7 подач)	3,4	3	2	1	0	-
21.	Баскетбол. Бросок в корзину (10 бросков)	5,6	4	3	2	1	0
3. Профессионально-прикладная физическая подготовка и жизненно-необходимые умения и навыки							
3.1. Статическая выносливость мышц спины и ног							
22.	Прогибание туловища назад (к-во раз)	4-6	20	15	12	10	8
3.2. Устойчивость внимания и подвижность нервных процессов, быстрота зрительного различения							
23.	Ведение баскетбольного мяча по сигналам флажком(сек).	3-5	14,6	15,4	15,8	16,2	16,8
3.4. Устойчивость прямостояния и формирование правильной осанки							
24.	Комплекс упражнений для исправления осанки.	4-6	Приложение 2 (Методические рекомендации)				
25.	Удержание равновесия (сек).	4-6	26	22	16	12	10
3.5. Тесты специально-прикладной физической подготовки							

2. СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕДИЦИНСКИЕ ГРУППЫ							
№ теста	**Наименование упражнений-тестов**	**Семестр**	**Оценка в баллах**				
			10	**9**	**8**	**7**	**6**
26.	Комплексное силовое упражнение (к-во раз).	1,2 3-6	28 34	26 28	24 26	23 24	22 22
27.	Челночный бег 4х10 м (сек).	1-6	11,4	11,8	12,2	12,6	12,8
3.6. Тесты для оценки жизненно-необходимых умений и навыков							
28.	Плавание 50 м (мин., сек).	1-4	1,04	1,24	1,34	б/вр	-
29.	Плавание 100 м (мин, сек).	1-4	2,30	3,00	3,20	б/вр	-

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
_____
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины
«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»
(Аэробика)

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ 3

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 5

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 6

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 11

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 13

6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 19

6.1. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 19

6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» 20

6.3. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ 20

6.4. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, В ТОМ ЧИСЛЕ КОМПЛЕКТ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ЭЛЕКТРОННО-БИБЛИОТЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ, СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ 21

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 22

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (Аэробика) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с физической культурой, как частью общечеловеческой культуры, здоровым образом жизни и его основных составляющих, социально-биологическими основами адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, подготовкой к самостоятельным занятиям физической культурой и спортом, возрастной физиологией, самоконтролем за физическим состоянием, психофизической основой физической культуры и спорта, гигиеной.

Аэробика - это гимнастика, состоящая из аэробных упражнений под ритмичную музыку, которая помогает следить за ритмом выполнения упражнений.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент искусств и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается 1-7 семестрах.

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» является формирование физической готовности обучающихся к успешной будущей профессиональной деятельности через развитие прикладных физических качеств, формирование прикладных двигательных умений и навыков, потребности в физическом совершенствовании и здоровом образе жизни.

Задачи дисциплины:

- развитие и совершенствование базовых силовых, скоростных и координационных качеств, общей и специальной выносливости, гибкости;
- формирование основных и прикладных двигательных навыков;
- обеспечение оптимального уровня двигательной активности в образовательной и повседневной деятельности;
- укрепление здоровья, закаливание организма, повышение его устойчивости к неблагоприятным факторам внешней среды,

профессиональной и образовательной деятельности;

- формирование здорового образа жизни.

Особый порядок освоения дисциплины «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается особый порядок освоения указанных дисциплин (модулей) на основании соблюдения принципов здоровьесбережения и адаптивной физической культуры.

Элективные курсы по физической культуре осуществляются с учетом вида и тяжести нарушений организма обучающегося с ограниченными возможностями здоровья и инвалида.

Выбор методов обучения, проведение текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации осуществляется в каждом отдельном случае с учетом особенностей нарушений функций организма обучающихся, зафиксированных в справке бюро медико-социальной экспертизы.

По личному заявлению обучающегося возможна разработка индивидуальных учебных планов и индивидуальных графиков для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов с учетом их особенностей и образовательных потребностей, а также увеличение срока их обучения, но не более чем на полгода.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компе-тенции**	**Индикаторы достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	**Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции**
Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	**УК-7**	УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	***Знать:*** Научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни, способы контроля, коррекции физического развития и физической подготовленности для обеспечение полноценной социальной и профессиональной деятельности	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
		УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности	***Уметь:*** Использовать средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.	
		УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности	***Иметь практические опыт:*** Использования средств и методов укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА/ балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической полготовки		
Очная форма											
1 семестр											
Тема 1. Специальная физическая подготовка	2	1								12	Дневник самоконтроля/20
Тема 2 Обучение технике										12	Дневник самоконтроля/20
Тема 3 Обучение технике	2	1								12	Дневник самоконтроля/20
Тема 4 Обучение технике										12	Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:	**4**	**2**								**48**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**54**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**0**										
2 семестр											
Тема 5 Обучение технике	1	1								8	Дневник самоконтроля/20
Тема 6 Обучение технике										8	Дневник самоконтроля/20
Тема 7 Обучение техники	1	1								10	Дневник самоконтроля/20
Тема 8 Обучение технике										12	Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:	**2**	**2**								**38**	**100**

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА/ балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической полготовки		
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**42**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**0**										
3 семестр											
Тема 9. Развитие общей выносливости	1	1								10	Дневник самоконтроля/20
Тема 10. Обучение технике повышения тонуса и укрепления мышц свода стопы и мышц голени										10	Дневник самоконтроля/20
Тема 11. Обучение технике	1	1								15	Дневник самоконтроля/20
Тема 12. Обучение технике										15	Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:	**2**	**2**								**50**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**54**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**0**										
4 семестр											
Тема 13. Методика проведения	1	1								10	Дневник самоконтроля/20

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА/ балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической полготовки		
учебно-тренировочного задания											
Тема 14 Развитие координации										10	Дневник самоконтроля/20
Тема 15 Развитие гибкости	1	1								10	Дневник самоконтроля/20
Тема 16 Специальная физическая подготовка										10	Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:	**2**	**2**								**40**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**44**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**0**										
5 семестр											
Тема 17 Аэробика с элементами восточных единоборств	1	1								10	Дневник самоконтроля/20
Тема 18 Пилатес. Элементы йоги										10	Дневник самоконтроля/20
Тема 19 Развитие гибкости	1	1								15	Дневник самоконтроля/20
Тема 20 Дыхательные упражнения для снятия напряжения, расслабление,										15	Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА/ балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической полготовки		
релаксация											
Всего:	**2**	**2**								**50**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**54**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**0**										
6 семестр											
Тема 21. Совершенствование техники	1	1								10	Дневник самоконтроля/20
Тема 22. Совершенствование техники										10	Дневник самоконтроля/20
Тема 23. Фитбол — аэробика.	1	1								10	Дневник самоконтроля/20
Тема 24 Развитие гибкости										10	Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:	**2**	**2**								**40**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**44**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**0**										
7 семестр											
Тема 25. Развитие координационных способностей	1	1								10	Дневник самоконтроля/20

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА/ балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической полготовки		
Тема 26 Развитие общей выносливости										10	Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Тема 27. Специальная физическая подготовка	1	1								12	Дневник самоконтроля/20 Таблица «Определение степени физической нагрузки» /20
Всего:	**2**	**2**								**32**	**100**
Контроль, час	**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**36**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**0**										
Всего по дисциплине											
Всего:	**16**	**14**								**298**	**100*7**
Контроль, час	**-**										**Зачет*7**
Объем дисциплины (в академических часах)	**328**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	-										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Специальная физическая подготовка

Организация и проведение общеразвивающих, специальных упражнений на уроке аэробики. Обучение технике аэробики. Совершенствование техники аэробики.

Тема 2. Обучение технике

Организация и проведение общеразвивающих, специальных упражнений на уроке аэробики. Обучение технике обычная ходьба– марш**.**

Тема 3. Обучение технике

Ходьба ноги врозь– ноги вместе (Straddle– стрэдл).

V-шаг (V-Step– ви-степ).

Тема 4. Обучение технике

Обучение технике стретчинга Совершенствование техники шагов.

Тема 5. Обучение технике

Обучение технике степ-аэробики.

Тема 6. Обучение технике

Обучение технике степ-аэробики.

Тема 7. Обучение технике

Обучение технике степ-аэробики.

Тема 8. Обучение технике

Обучение технике степ-аэробики.

Тема 9. Развитие общей выносливости

Равномерный, переменный, смешанный методы тренировочной работы. Упражнения для развития общей выносливости. Программа для развития общей выносливости. Средства и методы самоконтроля**.**

Тема 10. Обучение технике повышения тонуса и укрепления мышц свода стопы и мышц голени

Упражнения для укрепления мышц стопы: ходьба на месте; стоя, руки на поясе, левая нога на носке, правая на пятке, смена положения ног; «ходьба по колючкам» (ходьба с «поджатыми» пальцами); чередование ходьбы на носках и пятках; исходное положение, сидя на полу: поочередный подъем правой и левой стопы; сидя, колени сомкнуты, стопы развернуты, подъем наружных краев стоп, постепенно сближая стопы и увеличивая время напряжения мышц; давить большим пальцем правой стопы на опору, поднимая мизинец и пятку; стопы сомкнуты, подъем внутренних краев стоп; «гусеница», «прожорливая гусеница», «сытая гусеница», «черепаший ход».

Тема 11. Обучение технике

Обучение технике степ-аэробики.

Тема 12. Обучение технике

Основы черлидинга

Тема 13. Методика проведения учебно-тренировочного задания

Подготовка мест занятий. Допуск к занятиям и спортивная форма. Техника безопасности на занятиях. Приемы первой помощи при травмах План-конспект занятия. Дозирование физической нагрузки у занимающихся. Цели и задачи занятия. Водная часть занятия. Основная часть занятия. Заключительная часть занятия. Подведение итогов занятия. Приемы первой помощи при травмах.

Тема 14. Развитие координации

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координации.

Тема 15. Развитие гибкости

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

Тема 16. Специальная физическая подготовка

Обучении техники черлидинга

Тема 17. Аэробика с элементами восточных единоборств

Упражнения и движения восточных единоборств — тайбо, карате, бокс (начальный уровень). Снятие стресса, повышение тонуса, регулирование работы сердца, повышение гибкости и координации, тренировка дыхательной системы

Тема 18. Пилатес. Элементы йоги

Разучивание техники дыхания при выполнении элементов оздоровительной йоги. Упражнения на релаксацию.

Тема 19. Развитие гибкости

Совершенствование техники черлидинга.

Тема 20. Дыхательные упражнения для снятия напряжения, расслабление, релаксация

Комплекс упражнений для мышц спины. Упражнения на релаксацию.

Тема 21. Совершенствование техники

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для снятия напряжения, расслабления и релаксации.

Тема 22. Совершенствование техники

Отработка выполнения связки степ-аэробики. Развитие общей выносливости

Тема 23. Фитбол — аэробика.

Упражнения с набивными мячами. Упражнения на осанку. пражнения с мячом. Комплекс упражнений для ног. Упражнения с мячом.

Тема 24. Развитие гибкости

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития гибкости.

Тема 25. Развитие координационных способностей

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития координационных способностей.

Тема 26. Развитие общей выносливости

Дальнейшее совершенствование изученных упражнений для развития общей выносливости

Тема 27. Специальная физическая подготовка

Совершенствование техники упражнений общего воздействия. Совершенствование техники интенсивных упражнений в устойчивом ритме (под музыку) с движениями руками, туловищем, ногами; упражнения танцевального характера. Совершенствование техники упражнений на силу, выносливость, координацию движения. Совершенствование техники упражнений комплексов на развитие гибкости и растяжки.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом

при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по ведению дневника самоконтроля

Самоконтроль - это достаточно регулярное наблюдение за состоянием своего здоровья, необходимое для оптимизации физических и прочих нагрузок во время планового тренировочного процесса. Все параметры и характеристики заносятся в личный дневник.

Подробности рациона питания, специфических практик и процедур, применяемых, по собственной инициативе или по рекомендации и назначению медицинского специалиста - необходимо документировать, с указанием подробностей, нужных для дальнейшего анализа истории и понимания причин возможных патологий. В сумме, синергетически, они могут резко менять состояние здоровья и существенно сказываться на спортивных результатах, вследствие сонастройки или, наоборот, разбалансировки систем организма.

В графе "примечаний и дополнительной информации" - обязательно

указываются внутренние и внешние факторы, которые существенно влияют на состояние организма. Это, в первую очередь, текущее состояние геомагнитного поля ("магнитные бури") и экстремальные погодные условия, в виде перепадов атмосферного давления и температуры на улице.

Пример ведения дневника самоконтроля (ОФП).

Показатели	**Число, месяц, год, время дня**	**Примечание**
Утренняя ортостатическая проба (ортопроба)		
ЧСС (пульс) до и после занятий		
Частота дыхания в минуту: до и после занятия		
Потоотделение		
Масса тела до и после тренировки		
Самочувствие		
Жизненная ёмкость легких		
Кистевая динамометрия		
Сон		
Аппетит		
Настроение		
Болевые ощущения		
Работоспособность		
Желание тренироваться		
Спортивные результаты		

Пример ведения дневника самоконтроля (аэробика)

№ п/п	**Показатели самоконтроля**	**Дата наблюдения и состояние (оценка)**								
		1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**…**	**31**
1.	Самочувствие и настроение									
2.	Аппетит									
3.	Сон									
4.	Работоспособность									
5.	Болевые ощущения									

№ п/п	Показатели самоконтроля	Дата наблюдения и состояние (оценка)								
		1	2	3	4	5	6	7	…	31
6.	Желание заниматься физическими									
	упражнениями									
7.	Частота пульса в 1 мин:									
	а) утром после сна в положении									
	лежа									
	б) до занятий физическими									
	упражнениями									
	в) сразу же после окончания									
	занятий									
	г) через 5 мин после окончания									
	занятий									
8.	Частота дыхания в 1 мин:									
	а) до занятий									
	б) после занятий									
9.	Жизненная емкостьлегких									
10.	Артериальное давление									
	а) до занятий									
	б) после занятий									
11.	Масса тела (кг)									
12.	Результаты функциональных проб:									
	а*)									
	б*)									
	в*)									
13.	Результаты в контрольных									
	упражнениях (тестах):									
	а*)									
	б*)									
	в*)									

* Выбираются самими занимающимися оздоровительной физической культурой

Методические указания для обучающихся по заполнению таблицы «Определение степени физической нагрузки по частоте пульса»

Как измерить пульс. Лучевая артерия, где обычно измеряют пульс, находится на внутренней части запястья, примерно на середине расстояние между его серединой и наружной стороной, соответствующей большому пальцу кисти. Положите на указанную область подушечки указательного и среднего пальцев, затем начните оказывать с нарастающей силой давление на эту зону, пока не появится

ощущение пульсация. Посчитайте количество ударов пульса за 10 секунд, умножьте полученный результат на 6, конечное значение и есть частота пульса (сердечных сокращений) в одну минуту. Для людей, не имеющих серьёзных заболеваний сердца и не принимающих лекарственных препаратов, замедляющих частоту сердечных сокращений, величина максимально предельного уровня пульса определяется по формуле:

220 - возраст.

При наличии сердечных проблем необходимо консультироваться у кардиолога или рассчитывать максимальный пуль по формуле:

200 - возраст.

Целевая зона пульса при тренировках должна находиться в диапазоне 50-85% от максимально допустимого уровня. Занятия упражнениями в этих пределах будут гарантировать Вам отсутствие переутомления и поддержание хорошего состояния здоровья.

Определение степени физической нагрузки по частоте пульса (уд./мин)

Мощность работы	**Частота пульса**	**Опасность перенапряжения**	**Тренировочный эффект**
Супермакси-мальная	Более 187-189	Высокая	Сомнительный
Максимальная	175-188	Повышенная	Отличный
Субмаксимальная	153-175	Нужна осторожность	Отличный
Большая	128-153	Нужна осторожность для нетренированных	Хороший
Средняя	100-128	Незначительная	Удовлетворительный
Легкая	100 и менее	Отсутствует	Незначительный

Правила поведения для обучающихся, занимающихся физической культурой (далее - Правила поведения).

При нахождении в спортивном зале занимающиеся обязаны соблюдать настоящие Правила поведения. График проведения занятий определяется расписанием занятий, утвержденным заведующим кафедрой.

1. Общие требования безопасности

К занятиям допускаются:

- занимающиеся, не имеющие медицинских противопоказаний для занятий физической культурой;
- прошедшие инструктаж по технике безопасности;
- одетые в спортивную одежду и обувь, соответствующие виду занятий.

Занимающиеся обязаны соблюдать правила пожарной безопасности, знать места расположения первичных средств пожаротушения.

Занимающиеся должны знать место нахождения аптечки и уметь оказывать первую доврачебную помощь.

О каждом несчастном случае пострадавший или очевидец обязан немедленно сообщить преподавателю кафедры физической культуры.

Занимающимся запрещается без разрешения преподавателя подходить к имеющемуся во вспомогательных помещениях (раздевалки, душевые и т.п.) оборудованию и инвентарю и пользоваться им.

Занимающиеся, допустившие невыполнение или нарушение настоящих правил, привлекаются к дисциплинарной и материальной ответственности.

2. Требования безопасности перед началом занятий

Изучить содержание настоящих Правил. С разрешения преподавателя пройти в раздевалку, переодеться в спортивную форму (футболка, спортивные трусы, спортивная обувь на нескользкой подошве, не оставляющей следов на полу), не мешая соседям, аккуратно складывая свою одежду. С разрешения преподавателя пройти на легкоатлетический манеж. Разрешается брать с собой только вещи, необходимые для занятий. Не рекомендуется приступать к занятиям непосредственно после приема пищи. Запрещается приступать к занятиям при незаживших травмах и общем недомогании.

3. Требования безопасности во время занятий

Во время занятий занимающийся обязан:

- соблюдать настоящую инструкцию;
- неукоснительно выполнять все указания преподавателя, проводящего занятия;
- использовать спортивный инвентарь только с разрешения и под руководством преподавателя, проводящего занятия;
- выполнять упражнения с максимальной осторожностью, а при необходимости - со страховкой;
- работать только на том оборудовании, которое указано преподавателем;
- перед переходом к занятиям с использованием новых видов спортивного оборудования (инвентаря) и выполнением новых упражнений получить инструктаж по правилам использования данного вида оборудования.

Занимающимся запрещается:

- использовать неисправное оборудование;
- стоять близко от других занимающихся, выполняющих упражнения;
- самостоятельно осуществлять переход на другое оборудование;
- выполнять упражнения с гантелями и штангой с влажными ладонями;
- выполнять любые действия без разрешения преподавателя кафедры физической культуры;

- использовать спортивное оборудование и инвентарь не по прямому назначению;

- производить самостоятельно разборку, сборку и ремонт оборудования;

- вносить в спортивный зал любые предметы без разрешения преподавателя, проводящего занятия.

4. Требования безопасности в аварийных ситуациях

При возникновении во время занятий болей в суставах, мышцах, возникновении кровотечения, а также при плохом самочувствии прекратить занятие и сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

При возникновении чрезвычайной ситуации (обнаружении неисправности оборудования, появлении посторонних запахов, задымлении, возгорании и т.п.) немедленно сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры и действовать в соответствии с его указаниями.

При получении травмы сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

При необходимости и возможности помочь преподавателю, проводящему занятия, оказать пострадавшему первую медицинскую помощь.

5. Требования безопасности по окончании занятий

Сдать использованное оборудование и инвентарь преподавателю кафедры физической культуры.

С разрешения преподавателя кафедры физической культуры, выйти из зала.

Принять душ, переодеться.

При обнаружении неисправности оборудования, системы вентиляции, работы сантехнических систем, нарушения целостности окон сообщить об этом преподавателю кафедры физической культуры.

6. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1.Чеснова Е.Л. Физическая культура: [16+] / Е.Л. Чеснова. – Москва Директ-Медиа, 2013. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

Дополнительная литература:

1.Черкасова И.В. Аэробика: [16+] / И.В. Черкасова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 98 с.: ил. – Режим доступа: по подписке.

– URL: http://biblioclub.ru/

2.Методические основы фитнес-аэробики: учебно-методическое пособие: [16+] / М.З. Федосеева, С.А. Лебедева, Т.А. Иващенко, Д.Н. Давиденко; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: ПГТУ, 2018. – 56 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Портал Министерства спорта РФ	https://www.minsport.gov.ru/activities/federal-programs/
2	Портал Департаментаспорта г. Москвы	https://www.mos.ru/moskomsport/
3.	Портал здоровый образ жизни, здоровье и красота	http://www.rusmedserver.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

Учебный кабинет

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, предусмотренных образовательной программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; учебно-наглядные пособия (комплекты плакатов по дисциплине, набор раздаточных дидактических материалов);

Технические средства обучения:

персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран);

Спортивный зал

для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Основное оборудование:

Блины 1,25 кг – 30шт., блины 10 кг – 7 кг., блины 15 кг – 4 шт., блины 2,5 кг – 22 шт., блины 20 кг – 4шт., блины 5 кг – 15 шт., бодибары – 7 шт., будо-мат (красно-синий) – 25 шт., будо-мат (красный) – 25 шт., будо-мат (синий) – 25 шт., гантели 1 кг – 25 шт., гантели 1,5 кг – 10 шт., гантели 10 кг – 2 шт., грузы для ног – 2 шт., канат – 1 шт., коврик – 10 шт., мешок для битья (груша) – 8 шт., мяч для метания – 4 шт., мяч

теннисный - 7 шт., мяч волейбольный – 15 шт., мяч баскетбольный – 15 шт., скакалка – 25 шт., степы – 15 шт., теннисный стол – 1 шт., стул преподавателя, стол преподавателя, персональный компьютер.

Учебно-наглядные пособия:

Средства и методы развития общей выносливости;

Средства и методы развития координации и ловкости;

Методы стандартного и переменного упражнения

Помещения для самостоятельной работы обучающихся

Оснащенность которых:

компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии; мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная).

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

- Антивирусная программа Dr.Web;

свободно-распространяемое программное обеспечение:

- 7-ZIP – архиватор https://7-zip.org.ua/ru/
- Inkscape – векторный графический редактор https://inkscape.org/ru/o-programye/
- Gimp – растровый графический редактор http://www.progimp.ru/

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская

библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	*Наименование оценочного средства*	*Краткая характеристика оценочного средства*	*Шкала и критерии оценки, балл*
1	Дневник самоконтроля	Фиксация динамических показателей оценки физической подготовленности	20- таблица оформлена полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью 10- таблица оформлена не полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью
2	Таблица «Определение степени физической нагрузки»	Фиксация показателей оценки физической нагрузки (пульс/мин.)	20- таблица оформлена полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью 10- таблица оформлена не полностью по всем показателям в соответствии с заданной периодичностью

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Примерные упражнения для самостоятельного выполнения

АЭРОБИКА

Часть урока	Направленность и продолжительность части урока	Основные упражнения	Указания
Подготовительная	1. Разминка 1.1. Разогревание (Warm up) Продолжительность подготовитель ной части урока от 5 до 10 мин	Повороты головы, наклоны, круговые движения плечами, выставление ноги на носок, движения стопой	Рекомендуется использовать низкий или средний темп движений, с небольшой амплитудой. Упражнения на координацию и усиление кровотока выполнять в среднем темпе с увеличением амплитуды
	1.2. Стретчинг — упражнения на гибкость (Stretching)	Полуприсяды, выпады, движения туловищем, варианты шагов на месте и с перемещениями в сочетании с движениями руками, растягивание мышц голени, передней и задней поверхности бедра, поясницы	Выполнять в медленном и среднем темпе в положении стоя, с опорой руками о бедра, без использования махов и пружинящих движений
Основная	2. Аэробная часть (Aerobics) Продолжительность от 20 до 40 мин 2.1. Аэробная разминка (3-10 мин)	Базовые элементы и усложнения движений, варианты ходьбы с движениями руками	Разучивание танцевальных соединений в среднем темпе на месте и с передвижениями в разных направлениях
	2.2.«Аэробный ПИК» (рекомендуется не менее 15—20 мин)	Танцевальные комбинации аэробных шагов и их вариантов, бег, прыжки в сочетании с движениями руками	Выполнение сочетаний - «блоков» упражнений на месте и с перемещениями в разных направлениях, увеличение нагрузки за счет

Часть урока	Направленность и продолжительность части урока	Основные упражнения	Указания
			координационной сложности, амплитуды и интенсивности движений
	2.3. Первая аэробная «заминка» (2-5 мин)	Базовые движения, варианты ходьбы с уменьшающейся амплитудой движений руками, амплитудные движения руками, сгибания и разгибания туловища с опорой руками о бедра	Уменьшение амплитуды перемещений, темпа движений. Движения выполняются в стойке ноги врозь, выпаде, полуприсяде, сочетаются с дыханием, темп движений замедляется
	3. Упражнения на полу (Floor work) — «фитнесс» (5-10 мин) 3.1. Упражнения для мышц туловища	В положении лежа упражнения на силу и силовую выносливость мышц брюшного пресса и спины	Выполнять от 1 до 3 серий по 10- 16 повторений движений. Методы выполнения упражнений и длительность пауз между сериями зависят от уровня подготовленности занимающихся
	3.2. Упражнения для мышц бедра	В положении лежа упражнения на силу и силовую выносливость приводящих и отводящих мышц бедра	Можно использовать упражнения с утяжелителями с амортизаторами, на тренажерах
	3.3. Упражнения для мышц рук и плечевого пояса	Варианты сгибания и разгибания рук в разных исходных положениях	
Заключительная	4. Вторая «заминка» «остывание». Снижение) нагрузки (Cool down) (2-5 мин) 4.1. Глубокий стретч Упражнения на гибкость, общая «заминка»	Растягивание мышц передней, задней и внутренней поверхностей бедра, голени, мышц груди, рук и плечевого пояса	В разных исходных положениях, медленно, с фиксацией поз и последующим расслаблением

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» (Аэробика) проводится в форме зачетов в каждом семестре с 1 по 7 семестр.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся основного медицинского отделения тестов общей физической подготовки, специальной физической и технической подготовки по легкой атлетике, фиксированных в таблице и дневнике. Обучающиеся, отнесенные по состоянию здоровья к подготовительному и специальному медицинским отделениям, включая лиц с ограниченными возможностями здоровья, выполняют только те контрольные нормативы, которые доступны им по состоянию здоровья	**«Зачтено»** **90-100** – регулярное выполнение занятий, полное заполнение дневников и таблиц, занятие в спортивной секции; участие в спортивно-массовых мероприятиях **70-89** – регулярное выполнение занятий, частичное заполнение дневников и таблиц **50-69 -** не регулярное выполнение занятий, частичное заполнение дневников и таблиц **«Не зачтено»** **менее 50** – не регулярное выполнение занятий, отсутствие заполненных дневников и таблиц

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Типовые требования к зачету по аэробике

1.Методическая практика проведение разминки на занятиях по аэробике: подготовительная часть урока включает в себя разминку аэробной направленности продолжительностью 10-15 мин, посвящена общему разогреву организма, подготовке к напряженной и интенсивной работе. Как правило, здесь используются упражнения с изолированной работой различных звеньев тела, одновременные, разнонаправленные и поочередные движения конечностями, движения туловищем, а также умеренное растягивание мышц и связок.

2. Комбинация на координацию: выполнение V-Step по квадрату (4 круга) с изменением положений рук на 8 счетов

3. Аэробная комбинация из базовых элементов в Hi impact (4 раза) без изменения направления из 6 элементов, с изменением направления из 8 базовых

4. Студенты самостоятельно составляют танцевальную композицию с изменением положения в различных частях тела, выполняемых в сочетании с поворотами на основе базовых шагов, композиционно связанных в единый комплекс. В упражнении должны чередоваться трудные и простые движения и соединения, выполнять их свободно, без напряжения и выразительно. Длительность танцевальной комбинации не менее 8 восьмерок, 16 восьмерок.

Оценивается демонстрация двигательных способностей исполнителя, умение владеть и управлять своим телом, своими

движениями.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
_____
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины
«Конкуренция»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки*:* ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине 3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
III. Тематический план..... 5
IV. Содержание дисциплины 7
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 12
VI. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины..... 17
VII. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины 17
VIII. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине..... 17
IX. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 18
X. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 18

I. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Конкуренция» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. № 963.

Изучение дисциплины «Конкуренция» ориентировано на получение обучающимися знаний и представлений о сущности конкуренции и базовых концепций теории конкуренции: о конкурентных действиях; о конкурентных стратегиях и тактиках; о методах и пространствах конкуренции; о конкурентной политике в России и антимонопольном регулировании экономики; о конкурентоспособности и способах ее оценки.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в *вариативную* часть Блока 1.

Для изучения дисциплины требуются знания и навыки обучающихся по дисциплинам: «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Мировая экономика», «Методы принятия управленческих решений», «Теория менеджмента», «Маркетинг», «Управление человеческими ресурсами», «Лидерство», «Связи с общественностью», «Технологии деловых коммуникаций», «Экономика и финансы предприятий», «Управление собственным бизнесом».

Дисциплина «Конкуренция» является предшествующей для таких дисциплин как: «Стратегический менеджмент», «Конкурентоспособный стартап», «Основы коммерческой деятельности».

Дисциплина изучается на 1 курсе во 2 семестре.

Цель и задачи дисциплины.

Целью изучения дисциплины «Конкуренция» является формирование у обучающегося способности решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами (ПК-1):

- осуществлять поиск, сбор и анализ информации необходимой для решения профессиональных задач по управлению торгово-экономическими системами;
- анализировать и оценивать ресурсный потенциал в целях управления торгово-экономическими системами.

Задачи дисциплины

В соответствии с этими целями основные задачи дисциплины заключаются в формировании следующих результатов освоения дисциплины. Обучающийся должен:

Знать:

• основные понятий в области конкуренции и конкурентной политики; инструменты поиска и методы исследования эффективных направлений финансового обеспечения инновационного развития на микро-, макро-, и мезоуровне (З1);

• методологию оценки конкурентоспособности торговых организаций и разработки конкурентных стратегий (З2);

Уметь:

• выявлять устойчивые конкурентные преимущества торговых организаций на основе сбора и анализа данных конкурентов (У1);

• оценивать устойчивые конкурентные преимущества торговых организаций на основе сбора и анализа данных конкурентов (У2);

Иметь опыт:

• проведения конкурентного анализа для получения информации о конкурентах (О1);

• применения инструментов анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (О2).

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата).

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компе-тенции**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**	**Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции**
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**Знать:** • основные понятий в области конкуренции и конкурентной политики; инструменты поиска и методы исследования эффективных направлений финансового обеспечения инновационного развития на микро-, макро-, и мезоуровне (З1); • методологию оценки конкурентоспособности торговых организаций и разработки конкурентных стратегий (З2); **Уметь:** • выявлять устойчивые конкурентные преимущества торговых организаций на основе сбора и анализа данных конкурентов (У1); • оценивать устойчивые конкурентные преимущества торговых организаций на основе сбора и анализа данных конкурентов (У2); **Иметь опыт:** • проведения конкурентного анализа для получения информации о конкурентах (О1); • применения инструментов анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности (О2).	Контактная работа: Лекции Практические занятия по решению тестовых заданий Ситуационный практикум Самостоятельная работа

III. Тематический план

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА/ балл
		Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стади)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма											
Тема 1. Конкуренция и конкуренты.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1	1							3	Ответы на тест /6
Тема 2. Конкурентные действия в предпринимательстве.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1	1							3	Ответы на тест /6
Тема3. Стратегии конкурентных действий.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1			1					3	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7
Тема 4. Стратегический менеджмент конкурентных действий.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1	1							3	Ответы на тест /6
Тема 5. Деятельность государства по защите и развитию конкуренции.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	2			2					3	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7
Тема 6. Тактика конкурентных действий.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1			1					3	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7
Тема 7. Тактические модели наступления и тактические наступательные операции.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1			1					2	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7
Тема 8. Тактические модели обороны и тактические оборонительные операции в конкуренции.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1			1					2	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА/ балл
		Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный (кейс-стади)	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма											
Тема 9. Тактические комбинации. Конкурентная разведка.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1			1					3	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7
Тема 10. Тактические хитрости.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1			1					3	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7
Тема 11. Тактический менеджмент конкурентных действий.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1	1							2	Ответы на тест /6
Тема 12. Конкурентные ситуации.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1			1					2	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7
Тема 13. Конкурентный статус участников рынка.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1			1					3	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7
Тема 14. Личностное начало конкуренции в предпринимательстве.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1	1							2	Ответы на тест /6
Тема 15. Основы конкурентного анализа и оценки.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)	1			1					3	Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе / 7
Всего: ПК-1		**16**	**5**		**11**					**40**	**100**
Контроль, час		**0**									**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)		**72**									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)		**2**									

IV. Содержание дисциплины

Тема 1. Конкуренция и конкуренты.
Конкурентная функция в предпринимательстве.
Стороны конкуренции и конкурентная среда в предпринимательстве.
Конкурентные преимущества и недостатки субъектов предпринимательства.
Объекты конкуренции в предпринимательстве. Конкуренция «за результаты».
Конкурентные позиции субъектов предпринимательства.
Конкуренция за ресурсы в предпринимательстве.
Понятие конкурентоспособности.
Конкуренция за осуществление бизнес-процессов и выполнение конкурентных действий.
Конкурентная среда и конкурентная функция. Сила и слабость конкурентов.

Тема 2. Конкурентные действия в предпринимательстве.
Место конкурентных действий в современной теории конкуренции. Конкурентное взаимодействие в предпринимательстве.
Конкурентное позиционирование. Виды конкурентного позиционирования в предпринимательстве.
Особенности и типы конкурентного взаимодействия в предпринимательстве. Воздействие на соперников и противодействием им в конкуренции.
Виды конкурентных действий, применяемые участниками рынка для воздействия на соперников.
Виды конкурентных действий, применяемые участниками рынка для противодействия соперникам.
Методы конкуренции, применяемые участниками рынка для воздействия на соперников и противодействия им.
Ценовые методы конкуренции.
Неценовые методы конкуренции.
Направления конкуренции вокруг товаров (услуг, работ).
Методы конкуренции за ресурсы в предпринимательстве.
Методы конкуренции за доступ к внешним источникам ресурсов. Методы конкуренции за конвертацию результатов в ресурсы.
Методы использования чужих конкурентных преимуществ и недостатков.
Методы конкуренции за информацию в предпринимательстве.
Виды и методы взаимного содействия участников рынка.
Бездействие в конкуренции.
Менеджмент конкурентных действий.
Менеджмент типов и характера конкурентного взаимодействия.
Менеджмент эффективности конкурентных действий.

Тема 3. Стратегии конкурентных действий.
Определение стратегии конкурентных действий.
Классификация стратегий конкурентных действий.
Конкурентная стратегия монополизации. Причины возникновения монополий.
Направления применения стратегии механической монополизации. Конкуренция как предпосылка стратегических альянсов в предпринимательстве.
Конкурентная стратегия сильного интегратора.
Конкурентная стратегия полного отступления.
Конкурентная стратегия слабого интегратора.
Конкурентная стратегия простого обособления.
Конкурентная стратегия обособления специализированного бизнеса.
Конкурентная стратегия дезинтеграции.

Стратегия кооперации с конкурентами. Стратегические альянсы как способ кооперации с конкурентами.
Стратегия компромисса с конкурентами.

Тема 4. Стратегический менеджмент конкурентных действий.
Разработка конкурентных стратегий.
Стратегические цели участия в конкуренции.
Стратегическое пространство конкуренции.
Стратегические области бизнеса.
Стратегические конкуренты и другое стратегическое окружение.
Выбор стратегий конкурентных действий.
Стратегическое планирование конкурентных действий.
Сочетание стратегий конкурентных действий.
Стратегические маневры в конкуренции.
Стратегическое конкурентное поле.
Стратегическая конкурентная диспозиция.
Организация, мотивация и контроль в стратегическом менеджменте конкурентных действий.

Тема 5. Деятельность государства по защите и развитию конкуренции.
Государственная конкурентная политика.
Защита конкуренции. Государство как антимонопольный конфигуратор рынка.
Антимонопольное законодательство.
Государственные антимонопольные органы.
Противодействие монополизации рынков и созданию нежелательных монополий.
Количественное определение доминирующих конкурентных позиций.
Антитрестовское и антикартельное регулирование рынков.
Государственные меры по развитию конкуренции.

Тема 6. Тактика конкурентных действий.
Определение тактики конкурентных действий.
Тактические периоды конкуренции.
Соотношение тактики и стратегии конкуренции.
Тактические результаты конкурентных действий.
Тактические конкурентные преимущества и недостатки.
Слагаемые конкурентоспособности тактических конкурентов.
Тактический конкурентный потенциал и ключевые факторы успеха участников рынка.
Баланс конкурентных сил между тактическими соперниками.
Тактическая конкурентная устойчивость участников рынка.
Тактические модели конкуренции.
Тактические поля конкуренции.
Фронт, фланги и тыл в тактике конкурентных действий.
Тактические конкурентные операции.

Тема 7. Тактические модели наступления и тактические наступательные операции.
Тактика наступления в конкуренции.
Тактические модели наступления в конкуренции.
Типы и виды тактических наступательных операций.
Тактические наступательные операции в соперничестве за выгодные конкурентные позиции.
Тактические наступательные операции в соперничестве за продукцию и цены.
Тактические наступательные операции в соперничестве за ресурсы.

Тактические операции по обеспечению превосходства в технических характеристиках конкуренции.
Фланговые тактические наступательные операции.
Способы применения тактических наступательных операций.
Стимулирование, организация и контроль применения стратегий конкурентных действий.

Тема 8. Тактические модели обороны и тактические оборонительные операции в конкуренции.
Тактика обороны в конкуренции. Тактические модели обороны в конкуренции.
Типы и виды тактических оборонительных операций.
Тактические операции остановки соперников.
Тактические операции сковывания действий соперников.
Тактические операции оборонительного перехвата.
Тактические конкурентные контратаки.
Способы применения тактических оборонительных операций.
Сдерживающая, открытая, партизанская, выжидательная, рассеянная оборона.
Эффективность, качество, скорость и интенсивность проведения тактических конкурентных операций.

Тема 9. Тактические комбинации. Конкурентная разведка.
Тактические комбинации в тактике наступления и тактике обороны. Комбинационный характер тактики конкурентных действий участников рынка.
Тактические комбинированные модели наступления и обороны в условиях многостороннего соперничества.
Тактическая модель укоренения в специализированных рыночных нишах.
Тактические модели отступления в конкуренции.
Тактические модели совместного наступления и совместной обороны.
Тактические модели сотрудничества и партнерства конкурентов.
Тактическая модель компромиссного сосуществования с конкурентами.
Тактические и операционные маневры в конкуренции.
Конкурентная разведка. Направления разведывательных действий в конкуренции.
Конкурентный шпионаж.
Задачи конкурентной контрразведки.
Операционные тактические маневры участников рынка.
Позиционные тактические маневры участников рынка.
Выжидательные маневры и лавирование участников рынка.
Комплексные тактические маневры участников рынка.

Тема 10. Тактические хитрости.
Место и роль тактических хитростей в тактике конкурентных действий.
Типовые шаблоны тактических хитростей.
Тактические капканы, уловки и головоломки.
Применение тактических хитростей для создания «правильных» образов самих себя и соперников.
Наполнение привлекательными чертами внешних атрибутов бизнеса.
Демонстрация и имитация отношения к соперникам и другому окружению.
Демонстрация и имитация деловой активности или ее отсутствия.
Манипулирование стереотипными представлениями и реакциями.
Создание и распространение иллюзий.
Завлекающие и отвлекающие операционные маневры в конкуренции.
Тактические головоломки.

Искажение образов бизнеса с помощью иллюзий.
Манипулирование стереотипными образами.
Имитационные действия участников рынка.
Установка тактических ловушек.

Тема 11. Тактический менеджмент конкурентных действий.
Содержание тактического менеджмента конкурентных действий и его место в управлении бизнесом.
Операционный менеджмент конкурентных действий.
Постановка тактических задач.
Тактические конкурентные диспозиции.
Прогнозирование тактических периодов конкуренции.
Моделирование тактики конкурентных действий.
Операционные сценарии в конкуренции.
Планы и технические регламенты в тактическом менеджменте конкурентных действий.
Организационная регламентация проведения тактических конкурентных операций.
Учет в организационных регламентах проведения конкурентных операций законодательных ограничений.
Понятие недобросовестной конкуренции.
Законодательное противодействие недобросовестной конкуренции.
Законодательное противодействие злоупотреблению конкурентами доминирующим положением.
Диспозиции сторон конкурентных ситуаций.
Ситуационное маневрирование.

Тема 12. Конкурентные ситуации.
Место конкурентных ситуаций в тактике конкурентных действий участников рынка.
Классификация конкурентных ситуаций.
Конъюнктура конкурентных ситуаций.
Ситуационные конкурентные диспозиции.
Действия участников рынка «по ситуации».
Ситуационный менеджмент конкурентных действий.
Ситуационные задачи участников рынка.
Выигрыш и проигрыш конкурентных ситуаций.
Рабочие схемы конкурентных действий «по ситуации».
Ситуационные маневры в конкуренции.
Особенности менеджмента конкурентных действий в дебютных ситуациях.
Особенности менеджмента конкурентных действий в ситуациях середины тактических периодов конкуренции.
Особенности менеджмента конкурентных действий в завершающих конкурентных ситуациях.
Специальные объекты ситуационного менеджмента конкурентных действий.

Тема 13. Конкурентный статус участников рынка.
Понятие конкурентного статуса участников рынка.
Необходимость его определения на основе функциональных (ролевых) критериев.
Виды функциональных (ролевых) критериев определения конкурентного статуса участников рынка.
Многопрофильные и специализированные конкуренты.
Статус сильного и статус слабого конкурента.
Группирование участников рынка по критерию места в конкурентной гонке.
Конкурентный статус лидера конкурентной гонки как ведущего участника рынка.

Типовые конкурентные диспозиции лидеров.
Лидерство и монополизм.
Конкурентный статус претендента на лидерство в конкурентной гонке.
Конкурентные диспозиции «претендент – лидер».
Другие конкурентные диспозиции претендентов на лидерство.
Заповеди лидеров и претендентов на лидерство.
Устойчивые конформисты, не претендующие на лидерство.
Аутсайдеры конкурентной гонки.
Группирование участников рынка по критерию роли в воспроизводстве конкурентной среды.
Особенности конкурентного статуса дебютантов и старожилов конкурентной среды.
Десять правил успешного дебюта.
Группирование участников рынка по их роли в обеспечении инновационного обновления конкурентной среды.
Конкурентный статус конкурентов-изобретателей.
Конкурентный статус конкурентов-распространителей.
Конкурентный статус конкурентов-перехватчиков.
Группирование участников рынка на многокритериальной основе с опорой на сравнение конкуренции в предпринимательстве и в живой природе.
Междисциплинарные параллели в конкурентном анализе.
Классификация А. Юданова.

Тема 14. Личностное начало конкуренции в предпринимательстве.
Ведущие руководители компаний как основные выразители личностного начала конкуренции. Селф-менеджмент их личной конкурентоспособности.
Личная компетентность ведущих руководителей компаний в вопросах конкуренции и менеджмента конкурентных действий.
Личная конкурентоспособность владельцев бизнеса и персонала фирм. Влияние личностных качеств и наклонностей людей на конкурентоспособность участников рынка.
Мотивы людей и коллективов фирм к участию в конкуренции.
Конкурентные мотивы владельцев бизнеса и ключевых топ-менеджеров.
Личные способности, качества и склонности как факторы личной конкурентоспособности владельцев бизнеса и топ-менеджеров компаний.
Стили конкурентного поведения участников рынка. Инициативное – безынициативное, жесткое – мягкое, корректное – некорректное конкурентное поведение. Хладнокровное и импульсивное конкурентное поведение. Агрессивное и неагрессивное конкурентное поведение. Стили конкурентного поведения – инструменты дополнительного влияния на соперников.
Конкурентная самомотивация участников рынка.
Поощрение сотрудников к укреплению личной конкурентоспособности.
Стимулирование конкурентного селф-менеджмента.

Тема 15. Основы конкурентного анализа и оценки.
Значение конкурентного анализа и оценки для достижения целей и решения задач конкуренции.
Анализ и оценка развития участников рынка и конкурентной среды.
Виды оценок, применяемые в конкурентном анализе.
Собственные оценки участников рынка.
Оценки со стороны потребителей.
Оценки со стороны поставщиков, партнеров и конкурентов.
Оценки со стороны государства.
Независимые оценки.

Инструменты конкурентного анализа.
Анализ сильных и слабых сторон участников рынка.
Метод сравнения.
Конкурентная карта рынка.
Векторы конкурентных отличий.
Определение ключевых показателей эффективности.
Оценки силы конкурентных действий.

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе изучения дисциплины «Конкуренция» используются такие виды учебной работы, как лекции, ситуационные практикумы, практические занятия по решению тестовых заданий, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.
В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.
Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.
Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.
Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:
- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;
При выполнении задания необходимо:
- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;
- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.
По итогам проведения ситуационного практикума обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю
Требования к оформлению результатов ситуационного практикумов.
Результаты ситуационного практикума в виде ответов на вопросы к кейсу оформляются учащимся в письменном виде, а также по требованию преподавателя докладываются устно.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту
Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.
Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.
Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.
Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины.
Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Конкуренция» определяется учебным планом.
При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.
Работа с литературой (конспектирование)
Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.
Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.
Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.
Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.
При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.
Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Методические указания для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья
Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом. Освоение дисциплины лицами с ограниченными

возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

В процессе обучения студентам из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации: Для лиц с нарушениями зрения: – в печатной форме увеличенным шрифтом, – в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта). В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла. Для лиц с нарушениями слуха: – в печатной форме, – в форме электронного документа. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: – в печатной форме, – в форме электронного документа. Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
Тема 1. Конкуренция и конкуренты.	Конкурентная среда и конкурентная функция. Сила и слабость конкурентов.	Работа в библиотеке, Конспектирование, разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 1; ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Тест
Тема 2. Конкурентные действия в предпринимательстве.	Регулирование «естественных монополий». Противодействие монополистической деятельности участников рынка.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 2 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Тест
Тема3. Стратегии конкурентных действий.	Направления разведывательных действий в конкуренции; Конкурентный шпионаж; Задачи конкурентной контрразведки.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 3 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Отчет по кейсу
Тема 4. Стратегический менеджмент конкурентных действий.	Личная конкурентоспособность владельцев бизнеса и персонала фирм. Влияние личностных качеств и наклонностей людей на конкурентоспособность участников рынка. Мотивы людей и коллективов фирм к участию в конкуренции.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 4 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Тест
Тема 5. Деятельность государства по защите и развитию конкуренции.	Конкурентная самомотивация участников рынка. Поощрение сотрудников к укреплению личной конкурентоспособности. Стимулирование конкурентного селф-	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 5 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Отчет по кейсу

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
	менеджмента			
Тема 6. Тактика конкурентных действий.	Направления применения стратегии механической монополизации. Конкуренция как предпосылка стратегических альянсов в предпринимательстве.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 6 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Отчет по кейсу
Тема 7. Тактические модели наступления и тактические наступательные операции.	Стимулирование, организация и контроль применения стратегий конкурентных действий.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 7 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Отчет по кейсу
Тема 8. Тактические модели обороны и тактические оборонительные операции в конкуренции.	Эффективность, качество, скорость и интенсивность проведения тактических конкурентных операций.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 8 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Отчет по кейсу
Тема 9. Тактические комбинации. Конкурентная разведка.	Комбинационный характер тактики конкурентных действий участников рынка. Операционные тактические маневры участников рынка. Позиционные тактические маневры участников рынка. Выжидательные маневры и лавирование участников рынка. Комплексные тактические маневры участников рынка.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 9 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Отчет по кейсу
Тема 10. Тактические хитрости.	Тактические головоломки. Искажение образов бизнеса с помощью иллюзий. Манипулирование стереотипными образами. Имитационные действия участников рынка. Установка тактических ловушек.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 10 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Отчет по кейсу
Тема 11. Тактический менеджмент конкурентных действий.	Диспозиции сторон конкурентных ситуаций. Ситуационное маневрирование.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 11 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Тест
Тема 12. Конкурентные ситуации.	Междисциплинарные параллели в конкурентном анализе. Классификация А. Юданова.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 12 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE"	Отчет по кейсу

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
			http://biblioclub.ru	
Тема 13. Конкурентный статус участников рынка.	Группирование участников рынка по критерию роли в воспроизводстве конкурентной среды. Особенности конкурентного статуса дебютантов и старожилов конкурентной среды. Десять правил успешного дебюта. Группирование участников рынка по их роли в обеспечении инновационного обновления конкурентной среды. Конкурентный статус конкурентов-изобретателей. Конкурентный статус конкурентов-распространителей. Конкурентный статус конкурентов-перехватчиков. Группирование участников рынка на многокритериальной основе с опорой на сравнение конкуренции в предпринимательстве и в живой природе.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 13 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Отчет по кейсу
Тема 14. Личностное начало конкуренции в предпринимательстве.	Стили конкурентного поведения участников рынка. Инициативное – безынициативное, жесткое – мягкое, корректное – некорректное конкурентное поведение. Хладнокровное и импульсивное конкурентное поведение. Агрессивное и неагрессивное конкурентное поведение. Стили конкурентного поведения – инструменты дополнительного влияния на соперников.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 14 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Тест
Тема 15. Основы конкурентного анализа и оценки.	Оценки со стороны государства. Независимые оценки. Инструменты конкурентного анализа. Анализ сильных и слабых сторон участников рынка. Метод сравнения. Конкурентная карта рынка. Векторы конкурентных отличий. Определение ключевых показателей эффективности. Оценки силы конкурентных действий.	Работа в библиотеке, конспектирование разбор кейсов, подготовка к тестированию	Литература к теме 15 ЭВС "Университетская библиотека ONLINE" http://biblioclub.ru	Отчет по кейсу.

VI. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Рубин Ю.Б. Конкуренция в предпринимательстве. – М.: Университет «Синергия», 2018. – 912 с.

Дополнительная литература:

2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. - М.: Альпина Паблишер, 2016. – 211с. - режим доступа http://biblioclub.ru
3. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. - М. Альпина Паблишер, 2016. – 947с. - режим доступа http://biblioclub.ru
4. Криворотов В.В. Конкурентоспособность предприятий и производственных систем: учебное пособие / В.В. Криворотов, А.В. Калина, С.Е. Ерыпалов. – М.: Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - режим доступа http://biblioclub.ru
5. Писенко К.А. Антимонопольное (конкурентное) право: учебник. - М.: Российскийгосударственныйуниверситетправосудия, 2015. - 420с. - режим доступа http://biblioclub.ru
6. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегии: учебник / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд ; под ред. М.И. Соколовой, Л.Г. Зайцева. – М.: Юнити-Дана, 2015. - 577 с. - режим доступа http://biblioclub.ru
7. Философова Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность: учебное пособие / Т.Г. Философова, В.А. Быков. - 2-е изд., пере-раб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. - 295 с. - режим доступа http://biblioclub.ru

VII. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Сайт журнала «Современная конкуренция»: Материалы в свободном доступе.	http://moderncompetition.ru/r/free/.
2.	Сайт издательского дома «Коммерсант»	http://www.kommersant.ru/
3.	Сайт газеты «Ведомости»	http://www.vedomosti.ru/
4.	Сайт журнала «Секрет фирмы»	http://sf.ekiosk.pro/.

VIII. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная специализированной мебелью (мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран)) и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающие тематические иллюстрации;

- помещение для самостоятельной работы обучающихся, оборудованное специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории; компьютерной техникой, объединенной в локальную сеть академии, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии;
- помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, оборудованное специализированной мебелью, серверами, наборами инструментов для профилактического обслуживания учебного оборудования, стеллажами для хранения учебного оборудования, персональными компьютерами.

IX. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.
При проведении образовательного процесса необходимо наличие:
лицензионное программное обеспечение:
- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:
- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:
- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:
- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

X. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Текущий контроль успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл	Критерии оценивания компетенций

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл	Критерии оценивания компетенций
1.	Тестовые задания	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Тест состоит из заданий с одним или несколькими вариантами правильного ответа	Технология оценки теста: 6 – получают обучающиеся, справившиеся с работой на 100 %; 5 – ставится в случае, если верные ответы составляют 80 % от общего количества; 4 – 60% 3 – 40% 2 - 20% 1 балл – 10%.	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)
3.	Ситуационный практикум	Одна из интерактивных форм обучения, предполагающая работу в микро-группах. Оценивается по результатам обсуждения экспертного заключения, сделанного лидером группы.	Технология оценки практической работы обучающегося: «7» – работа выполнена в заданное время, самостоятельно, качественно и творчески; представлен грамотный полный и исчерпывающий отчет; получены развернутые аргументированные ответы на все вопросы к кейсу; «5» – работа выполнена в заданное время, самостоятельно, представлен полный отчет; при выполнении отдельных заданий допущены небольшие ошибки; на отдельные вопросы к кейсу получены не обоснованные ответы; «3» – работа выполнена в заданное время, самостоятельно, отдельные задания не выполнены; представлен неполный отчет; ответы на половину вопросов не получено или получено	ПК-1 (З1, З2; У1, У2; О1, О2)

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл	Критерии оценивания компетенций
			не в срок; «0» – обучающийся самостоятельно не справился с работой, при выполнении заданий допущены существенные ошибки; получены неверные ответы на большинство вопросов к кейсу.	

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры проведения текущего контроля успеваемости

Типовые тестовые задания:

1. Закончите предложение:
Конкурентные преимущества и конкурентные недостатки фирм составляют _____.

2. Выберите верный ответ:
В основе конкуренции между сторонами, прежде всего, лежит:
а) общие цели и задачи сторон;
б) конфликт интересов сторон;
в) партнерство сторон;
г) случайное стечение обстоятельств.

3. Выберите верные ответы:
Участники рынка соперничают:
а) с прямыми конкурентами;
б) с органами государственной власти и управления;
в) с партнерами в совместном бизнесе;
г) сами с собой.

4. Последовательность цикла конкуренции:

Элемент конкуренции	*Порядковый номер*
Конкурентное действие	
Конкурентный ресурс	
Конкурентный результат	
Конкурентное сравнение	

5. Установите соответствие сторон соперничества и объектов конкуренции участников рынка

Стороны соперничества	*Объекты конкуренции*
Контрагенты	приемлемые нормативные документы,

	регламентирующие занятие предпринимательством
Органы власти	степень влияния на ведение и развитие общего бизнеса
Потенциальные работники	выгодные условия контрактов, подходящие цены и приемлемое качество товаров (услуг, работ)
Партнеры в общем бизнесе	обеспечение более выгодных условий трудовых контрактов в процессе их обсуждения и заключения

6. Можно ли рассматривать определение конкуренции в Законе «О защите конкуренции», как исчерпывающее, удовлетворяющее современной предпринимательской практике? Если, нет, то почему?
Ответ: _____

7. Является ли наличие конфликтного соперничества обязательным признаком рыночной конкуренции?
*Ответ:*_____

Примерные задания ситуационных практикумов

Ситуация 1.
Как и какая из «сил конкуренции» служит ограничителем тактических операций авиакомпаний в данной ситуации? На какую «силу конкуренции» влияет реализация конкурентных действий бастующих работников? Какие тактические операции авиакомпаний стали невозможными из-за описанных в ситуации сил конкуренции?
Пилоты Deutsche Lufthansa, второго крупнейшего авиаперевозчика в Европе, в 2014г. объявили о забастовке, в результате которой, было отменено около 1 500 рейсов в течение двух дней.
Руководство Lufthansa предложило увеличить пенсионный возраст пилотов до 63 или даже до 65 лет и ликвидировать существующую систему компенсаций после выхода на пенсию. Профсоюз в свою очередь предложил план по покрытию расходов по существующей пенсионной системе. Под давлением профсоюза руководство Lufthansa предложило компромисс: сохранить существующую схему для пилотов, которые уже работают в компании, и увеличить пенсионный возраст для поступающих на работу с этого года.
Главным предметом спора Lufthansa и профсоюза остаются выплаты летчикам, досрочно выходящим на пенсию. До сих пор пилотам по достижении 55 лет разрешалось прекращать работу и получать при этом 60% зарплаты до достижения официального пенсионного возраста. Но теперь руководство Lufthansa настаивает на повышении возрастной границы.
"Lufthansa не демонстрирует никакого желания идти на компромисс", – говорит Йорг Хандверк, представитель профсоюза. Пилоты готовы продолжить забастовку, добавил он. На забастовку выйдут пилоты Airbus A380, A340 и A330, а также Boeing 747, согласно заявлению профсоюза пилотов. 30 сентября Lufthansa была вынуждена отменить 58 дальних рейсов во время предыдущей забастовки.
Рейсы авиакомпаний группы Star Alliance, к которой относятся Austrian Airlines, Brussels Airlines, Germanwings, Swiss и Air Dolomiti, забастовкой не затронуты.
В компании отмечают, что основные рейсы, затронутые забастовкой, - дальнемагистральные, короткие и среднемагистральные маршруты. "На текущий момент

авиакомпания разрабатывает расписание, определяя, какие рейсы могут быть выполнены", - говорится в сообщении Lufthansa.
Это уже восьмая забастовка авиакомпании Lufthansa в 2014 г. По оценке аналитиков, которую приводит Reuters, вместе с предыдущими акциями она нанесла авиакомпании ущерб в $102–115 млн. Кроме того, не исключены новые забастовки, тогда потери Lufthansa будут еще больше.
Германия в буквальном смысле страдает от непрекращающихся забастовок транспортников. После выходных, отмеченных всегерманской забастовкой машинистов электровозов, снова началась забастовка в воздухе. Профсоюзное объединение пилотов Cockpit в течение более полутора лет пытается получить от работодателя Lufthansa тарифные уступки.
Напомним, в конце сентября 2014г. французская авиакомпания Air France отменила больше половины рейсов из-за забастовки пилотов. Причиной забастовки стал предложенный руководством план развития компании до 2020 г., предполагавший переориентирование перевозчика в пользу лоукост-филиала Transavia, зарегистрированного в Португалии. Пилоты убеждены, что эта реформа поставит под угрозу рабочие места во Франции, а также лишит их привилегированного статуса, в связи с чем они настаивали на отказе от этих планов.
Забастовка началась 15 сентября 2014 года и стала самой долгосрочной забастовкой за последние 40 лет. Каждый день в результате забастовки Air France теряла до 20 млн евро. Акции Air France-KLM упали на 12% с начала забастовки.
И хотя многие эксперты считают, что подобные забастовки никак не скажутся на отношении к авиакомпании как бренду, так как подобные забастовки - вполне обычное дело для Европы, опыт Air France показывает обратное. Компания отметила, что в результате забастовки пилотов суммарный пассажиропоток снизился на 15,9% в сентябре, добавив, что заказы на ближайшие три месяца также уменьшились.

Ситуация 2.
Изучите ситуацию и ответьте на следующие вопросы. Сформулируйте основную тактическую задачу, которую решает наступление Datril? Что является объектами наступления Datril? Данная тактика Datril является наступлением внутри одной продуктовой группы, при отраслевой или межотраслевой конкуренции? Наступательная тактика в данной ситуации реализуется посредством конкурентного прессинга, атаки или штурма? В рамках какой конкурентной стратегии Tylenol и Datril применяют наступление?
В 70-е годы XXв. в США было популярно средство от мигрени Tylenol. Стоило оно на 50% дороже, чем аспирин. Лекарство выпускало одно из подразделений компании Johnson & Johnson. В июне 1975 года компания Bristol-Myers решила выйти на этот рынок и разработала Datril. Планировалось сообщить потребителям, что новое средство «так же устраняет боль и столь же безопасно, как Tylenol, но стоит на доллар дешевле» (цена упаковки 100 таблеток Tylenol была 2,85 доллара США, а аналогичную упаковку Datril компания собиралась продавать за 1,85 доллара).
Роковой ошибкой Bristol-Myers оказалась обкатка идеи на тестовых рынках в нескольких штатах, где эти тесты внимательно отследили специалисты Johnson & Johnson. За две недели до начала рекламной кампании конкурента Johnson & Johnson на доллар снизила цены на свой продукт и прокредитовала магазины и аптеки, закупившие лекарства по старой цене. Bristol-Myers в ответ ускорила выход рекламы и вывод на рынок своего средства. Рекламные ролики появились на телевидении буквально на следующий день после снижения цен на Tylenol. Компания Bristol-Myers рассчитывала, что изменение цен не сможет так быстро дойти до магазинов по всей стране.
Однако Johnson & Johnson подала протесты во все информационные сети, журналы, в различные ассоциации и государственные инстанции. По ее мнению, реклама Datril уже не

соответствовала действительности. В итоге телеканалы сначала изменили рекламные ролики Bristol-Myers, а затем и вовсе сняли их с эфира.
Теле- и радиосети потребовали изменить рекламные ролики. Во второй редакции вместо "на доллар дешевле" уже фигурировала фраза "Datril может стоить дешевле, намного дешевле". Очередной протест Johnson & Johnson заставил убрать слова "намного дешевле". Наконец, CBS и NBC отказались показывать рекламные ролики Datril вообще - еще одна горькая пилюля для Bristol-Myers.
В результате действий Johnson & Johnson, основанных на своевременной информации о планах конкурента, доля рынка Datril никогда не превысила 1%.
Tylenol, напротив, взлетел, как ракета. Толчка, который дала ему вся эта шумиха, хватило, чтобы поднять марку на вершину продаж.
Отчасти из-за низкой цены, отчасти из-за рекламного шума Tylenol оказался лидером на рынке анальгетиков: на его долю приходилось целых 37%.

Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине «Конкуренция» проводится в форме зачета.

Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	**Процедура оценивания**	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет / ПК-1	Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины , а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины , понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: 1:0-30; 2:0-30; 3:0-40 **.** **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика. Задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход выполнения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная лексика.

	проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины .	Задание выполнено частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задание не выполнено

Примерные задания для промежуточной аттестации

Задания 1 типа

Теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины , понимание их особенностей и взаимосвязи между ними

1. В чем состоит специфика стартовых конкурентных позиций участников рынка?
2. В чем отличие конкурентного позиционирования от маркетингового позиционирования?
3. Что собой представляют интегральные оценки конкурентных позиций участников рынка? Что к ним относится?
4. Как оцениваются конкурентные позиции соперников?
5. Может ли определяться размер доли рынка компаний в результате механического суммирования долей рынка по направлениям и предметам их деятельности?
6. Что означает для участников рынка конкурентная устойчивость их позиций в конкурентной среде бизнеса?
7. По каким критериям различаются между собой конкурентные позиции компаний?
8. В каких случаях конкурентная позиция субъекта предпринимательства является устойчивой, доминирующей, подчиненной?
9. При какой рыночной доле, занимаемой компанией на рынке однородных товаров в России, США она признается доминирующей?
10. Всегда ли наличие доминирующей конкурентной позиции на рынке позволяет участникам рынка устойчиво доминировать в конкурентной среде?
11. Какая конкурентная позиция на рынке признается монопольной?
12. Возможно ли существование монополизированных рынков, на которых отсутствовала бы конкуренция?
13. Всегда ли под монополией понимается крупное предприятие?
14. Как называется явление на рынке, когда конкурентное доминирование субъектов предпринимательства отсутствует?
15. Достоинства и недостатки «силового» определения конкурентного статуса,
16. Информационное маневрирование в процессе обустройства информационного пространства конкуренции.
17. Качество, скорость и интенсивность конкурентных действий как их параметры.
18. Классификация конкурентов А. Юданова.
19. Классификация конкурентных ситуаций.
20. Классификация стратегий конкурентных действий различных авторов.
21. Классификация тактических моделей конкурентных действий.
22. Количественное определение доминирующих конкурентных позиций.
23. Комбинационный характер тактики конкурентных действий участников рынка.
24. Комплексные тактические маневры участников рынка в рамках различных стратегий конкуренции.
25. Конкурентная разведка и контрразведка как методы конкурентных действий.

Задания 2 типа

Задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности

1. Поясните конкурентные роли участников рынка в процессе совершенствования и обновления бизнеса: конкуренты-изобретатели; конкуренты-конформисты; конкуренты-эксплуататоры; конкуренты, окопавшиеся в рыночных нишах. (
2. Охарактеризуйте конкурентный потенциал и конкурентные ресурсы участников рынка.
3. Приведите примеры конкурентных статусов дебютантов: безусловные дебютанты.
4. Приведите примеры конкурентных статусов лидера: драйверы конкурентной среды.
5. Охарактеризуйте конкурентный статус участников рынка и специфика выполняемой ими конкурентной функции
6. Охарактеризуйте конкурентоспособность участников рынка. Приведите примеры индикаторов конкурентоспособности участников рынка
7. Охарактеризуйте виды конкурентов. (
8. Охарактеризуйте конкуренцию как предпосылку стратегических альянсов в предпринимательстве.
9. Охарактеризуйте контроль совершения конкурентных действий.
10. Приведите примеры концентрированного наступления в стратегии интеграции.
11. Приведите примеры концентрированного наступления в стратегии кооперации с конкурентами.
12. Приведите примеры концентрированного наступления в стратегии монополизации.
13. Приведите примеры концентрированного наступления в стратегии простого обособления
14. Приведите примеры лидерства в результатах, ресурсах и конкурентных действиях.
15. Охарактеризуйте категории лидеры в конкуренции и монополисты
16. Охарактеризуйте междисциплинарные параллели в конкурентном анализе.
17. Охарактеризуйте методы конкурентных действий участников рынка.
18. Приведите примеры модели двойного, многоцелевого и тотального наступления.
19. Приведите примеры модели прямой, косвенной и смешанной обороны.
20. Охарактеризуйте мотивы людей и коллективов фирм к участию в конкуренции.
21. Приведите примеры наполнения привлекательными образами внешних атрибутов бизнеса.
22. Приведите примеры направлений конкурентных действий.
23. Охарактеризуйте оборонительную тактику действий участников рынка.
24. Охарактеризуйте операционные тактические маневры участников рынка.
25. Приведите примеры классификация стратегического окружения участников рынка.

Задания 3 типа

Задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

1. Поясните конкурентные роли участников рынка в процессе совершенствования и обновления бизнеса: конкуренты-изобретатели; конкуренты-конформисты; конкуренты-эксплуататоры; конкуренты, окопавшиеся в рыночных нишах.
2. Охарактеризуйте конкурентный потенциал и конкурентные ресурсы участников рынка.
3. Охарактеризуйте виды конкурентов.
4. Охарактеризуйте конкуренцию как предпосылку стратегических альянсов в предпринимательстве.
5. Приведите примеры лидерства в результатах, ресурсах и конкурентных действиях.

Приложение

Оценочные материалы для
проведения промежуточной аттестации
по дисциплине «Конкуренция»

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Определение конкурентного действия. Направления и виды конкурентных действий участников рынка. Конкурентная динамика. Приведите пример конкурентного действия фирмы.
2. Конкурентные роли участников рынка в процессе совершенствования и обновления бизнеса: конкуренты-изобретатели; конкуренты-конформисты; конкуренты-эксплуататоры; конкуренты, окопавшиеся в рыночных нишах.
3. Изучив содержание Ситуации 8 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Какая стратегия реализуется GM в данном случае? Как принимается решение о реализации такой стратегии? Каковы причины реализации такой стратегии GM?
Чем в данном случае стратегия отличается от тактики? Обоснуйте свой ответ.
Чьи интересы учитывает GM при реализации своей стратегии? И почему?
Как GM может обеспечить себе выгоду при реализации своей стратегии?
Какими способами и методами конкурентных действий GM реализует свою стратегию?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

1. Определение конкурентного поля. Выбор «своего» конкурентного поля. Фронт, фланг, тыл.
2. Что такое ресурсная концепция фирмы? Конкурентный потенциал и конкурентные ресурсы участников рынка. Типы источников конкурентных ресурсов.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 1 и ответьте на вопросы:

Какие методы конкуренции описаны в ситуации? Охарактеризуйте их по многокритериальной классификации.
О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Выявите направления конкуренции «вокруг товаров, услуг, работ», в рассмотренной ситуации.
Укажите, каким образом в рассмотренной ситуации раскрывается конкуренция за такой предмет как «конкурентные действия»?
Укажите на конкурентные ресурсы, получаемые из внешних источников, и используемые компанией в рассмотренной ситуации.
Укажите на конкурентные ресурсы, созданные самой компанией и используемые компанией в рассмотренной ситуации.
Укажите на чужие конкурентные отличия, используемые компанией в рассмотренной ситуации как ресурсы участия в конкуренции.
Что в данной ситуации можно сказать о качестве и силе конкурентных действий компании, рассмотренной в ситуации? Против кого совершаются данные действия?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3

1. Определение продуктовой дифференциации. Типы продуктовой дифференциации. Её последствия для конкуренции, спроса и рыночных границ.
2. Конкурентный статус дебютантов. Влияние дебютантов на рынок. Типы дебютантов.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 5 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Охарактеризуйте конкурентные позиции компании, рассмотренной в ситуации.
Дайте свою оценку конкурентоспособности компании, рассмотренной в ситуации, и обоснуйте свой ответ.
Укажите, каковы результаты конкуренции, рассмотренной в ситуации компании.
Какие методы конкуренции описаны в ситуации? Охарактеризуйте их по многокритериальной классификации.
Выявите направления конкуренции «вокруг товаров, услуг, работ», в рассмотренной ситуации.
Укажите, каким образом в рассмотренной ситуации раскрывается конкуренция за такой предмет как «конкурентные действия»?
Укажите на конкурентные ресурсы, созданные самой компанией и используемые компанией в рассмотренной ситуации.
Укажите на чужие конкурентные отличия, используемые компанией в рассмотренной ситуации как ресурсы участия в конкуренции.
Что в данной ситуации можно сказать о качестве и силе конкурентных действий компании, рассмотренной в ситуации?
Выявите в данной ситуации методы конкуренции «за информацию».
У Gillette была бритва Super Blue Blade, но фирма выпускает Trac II с двумя лезвиями. Позже они выпускают бритву Atra, с двумя лезвиями и плавающей головкой. Как можно охарактеризовать направление, тип, вид и метод данных конкурентных действий?
Против кого совершаются данные действия?
Зачем Gillette стала выпускать одноразовые бритвы Good News? Против кого совершаются данные действия?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4

1. Направления антимонопольного регулирования экономики. Запрет на монополизацию и недобросовестную конкуренцию. Чем монополизация отличается от недобросовестной конкуренции?
2. Конкурентный статус лидера. Лидер рынка и лидер отрасли. Кто решает, какая фирма является лидером отрасли?
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 6 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Укажите, каковы результаты конкуренции, рассмотренных в ситуации компаний.
Какие методы конкуренции описаны в ситуации? Охарактеризуйте их по многокритериальной классификации.
Какие конкурентные действия «за ресурсы» описаны, в рассмотренной ситуации?
Укажите на конкурентные ресурсы, получаемые из внешних источников, и используемые компаниями в рассмотренной ситуации.
Укажите на конкурентные ресурсы, созданные самостоятельно и используемые рассмотренными компаниями.
Укажите на чужие конкурентные отличия, используемые компаниями в рассмотренной ситуации как ресурсы участия в конкуренции.
В чем проявляется конкурентное взаимодействие между компаниями Apple и Samsung?
Какая конкурентная позиция Apple дает компании конкурентное преимущество по отношению к соперникам, позволяя диктовать цены?
Можно ли трактовать бездействие Apple к другим поставщикам как отсутствие каких-либо действий вообще?
Что понимается под характером конкурентных действий участников рынка? Каков характер конкурентных действий между Apple и Samsung?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5

1. Определение конкурентной ситуации. Типы ситуаций. Связь ситуации и тактики. Примеры.
2. Конкурентный статус участников рынка. Критерии определения конкурентного статуса. Примеры.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 22 и ответьте на вопросы:

Охарактеризуйте конкурентные позиции компании, рассмотренной в ситуации.
Укажите на конкурентную сферу, в которой наблюдается противостояние?
О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Какие методы конкуренции описаны в ситуации? Охарактеризуйте их по многокритериальной классификации.
Какие конкурентные действия «за ресурсы» описаны, в рассмотренной ситуации?
Опишите механизм, приводящий к конфликту?
Что Вы посоветуете авиакомпаниям?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6

1. Конкурентная политика по развитию конкуренции. Адвокатирование конкуренции.
2. Конкурентоспособность участников рынка. Индикаторы конкурентоспособности участников рынка. Чем конкурентоспособность фирмы отличается от конкурентоспособности продукта?
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 7 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Что включают в себя дезинтеграционные процессы в современном бизнесе?
Для каких субъектов предпринимательства характерна стратегия дезинтеграции?
В каких случаях компании вынуждены применять стратегию дезинтеграции?
В чем обвинили компанию AT&T? Какие она осуществляла действия, противоречащие антимонопольному законодательству?
В каких случаях дезинтеграция принимает форму демонополизации?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7

1. Что такое конкурентная диспозиция участников рынка? Какие они бывают? Приведите примеры.
2. Конкуренты и их окружение. Субъекты конкурентного окружения.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 9 и ответьте на вопросы:

О каких продуктах идет речь? О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
На каких целевых установках базируется стратегия кооперации с конкурентами?
Каковы особенности участников рынка, прибегающих к стратегии кооперации с конкурентами? Предполагает ли эта стратегия заключение между участниками рынка официальных соглашений? Для каких предпринимательских фирм характерно применение стратегии кооперации? Каковы основные объективные причины, обуславливающие выбор участниками рынка стратегии кооперации?
Что представляет собой вертикальная и горизонтальная кооперация? Приведите примеры из кейса.
В каком направлении совершались конкурентные действия в кейсе?
Что делает форматы конкурирующими? Что такое «открытая лицензия»? Что такое «сетевой эффект»? Что такое «критическая масса»? Что такое «отраслевой стандарт»? Как эти понятия связаны с кейсом?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8

1. Незаконные и недобросовестные конкурентные действия: в чем отличие?
2. Конкуренция в бизнес-экосистеме.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 15 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Как проявляются направления государственной конкурентной политики в ситуации, приведенной в кейсе?
Защита или развитие конкуренции в данной ситуации является целью органов власти?
Согласны ли вы с тем, что в данной ситуации государство является неотъемлемой частью самой конкурентной среды?
Ответ аргументируйте. С помощью чего субъекты предпринимательства в данной ситуации могут отстаивать свои законные интересы?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9

1. Достоинства и недостатки «силового» определения конкурентного статуса.
2. Контроль (сделок) экономической концентрации.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 10 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Какая стратегия реализуется российскими туроператорами в данном случае? Как принимается решение о реализации этих стратегии?
Каковы причины реализации этих стратегии российскими туроператорами?
Чем в данном случае стратегии отличаются от тактических действий? Обоснуйте свой ответ.
Чьи интересы учитывают российские туроператоры при реализации своих стратегии? И почему?
Как российские туроператоры могут обеспечить себе выгоду при реализации своих стратегии?
Какими способами и методами конкурентных действий российские туроператоры реализуют свои стратегии?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10

1. Этапы процесса разработки стратегии. Классический и конструктивный подходы.
2. Экономическое значение барьеров входа на рынок (плюсы и минусы). Типы барьеров входа. Признаки наличия барьеров входа на рынок.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 11 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Охарактеризуйте роль стратегического планирования, осуществляемого компанией Shell Oil, в достижении ею стратегически значимых конкурентных результатов?
Поставив себя на место руководителей Shell Oil, постарайтесь определить, основополагающие цели конкурентных действий данной компании, а также основные моменты ее конкурентной стратегии.
Из каких этапов состоит процедура разработки конкурентной стратегии Shell Oil?
Каковы основополагающие цели конкурентных действий Shell Oil?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 11

1. Что такое конкурентный анализ? При каких условиях он бесполезен? Инструменты конкурентного анализа.
2. Взаимосвязь конкуренции и инноваций. Эффекты замещения и эффективности.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 16 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Как проявляются направления государственной конкурентной политики Франции и США в данной ситуации?
Защита или развитие конкуренции – в данной ситуации является целью органов власти Франции и США?
Согласны ли, вы с тем, что в данной ситуации органы власти Франции и США являются неотъемлемой частью самой конкурентной среды? Ответ аргументируйте.
Согласны ли Вы с тем, что водители такси пользуются государственными органами Франции и США для ограничения рыночной власти Uber?
В чем монопольное положение Uber во Франции и США?
Какими ресурсами давления обладают Uber и таксисты ?
Как в данной ситуации орагны власти Франции и США проявляли себя антимонопольным конфигуратором национально рынка ?
С помощью чего субъекты предпринимательства в данной ситуации могут отстаивать свои законные интересы ?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 12

1. Матрица стратегий И. Ансоффа.
2. Злоупотребление доминирующим положением: субъекты, формы, доказательства, ответственность.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 23 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Как доказывается наличие картеля? В чем опасность картеля для рыночной конкуренции? Доказано ли существование картеля в данной ситуации?
Какова ответственность за нарушение законодательства о защите конкуренции в виде картеля?
Как проявляются направления государственной конкурентной политики в данной ситуации?
Защита или развитие конкуренции – в данной ситуации является целью органов власти?
Согласны ли, вы с тем, что в данной ситуации государство является неотъемлемой частью самой конкурентной среды? Ответ аргументируйте.
Каковы мотивы участия в конкуренции спичечных заводов?
Какими стратегиями пользовались спичечные заводы?
Как в данной ситуации государство проявляло себя антимонопольным конфигуратором национально рынка?
С помощью чего субъекты предпринимательства в данной ситуации могут отстаивать свои законные интересы?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 13

1. Качество, сила, скорость, мощность, точность и интенсивность конкурентных действий. Менеджмент силы и качества конкурентных действий.
2. Конкурентные стратегии по М. Портеру.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 17 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Как проявляются направления государственной конкурентной политики в данной ситуации?
Защита или развитие конкуренции – в данной ситуации является целью органов власти?
Согласны ли, вы с тем, что в данной ситуации государство является неотъемлемой частью самой конкурентной среды? Ответ аргументируйте.
Каковы мотивы участия в конкуренции ОАО РЖД и страховых компаний?
Какими ресурсами обладает ОАО РЖД против страховых компаний?
В чем выражается доминирующая позиция ОАО РЖД против страховых компаний?
Что позволяет доминирующая позиция ОАО РЖД?
Как в данной ситуации государство проявляло себя антимонопольным конфигуратором национально рынка?
С помощью чего субъекты предпринимательства в данной ситуации могут отстаивать свои законные интересы?
При каких условиях фиксируется монопольная позиция субъектов?
Как доказывается факт злоупотребления доминирующим положением? В чем опасность доминирования для рыночной конкуренции? Доказан ли факт злоупотребления доминирующим положением ОАО РЖД в данной ситуации?
Какова ответственность за нарушение законодательства о защите конкуренции в части злоупотребления доминирующим положением?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 14

1. Классификация конкурентных стратегий А. Юданова.
2. Лидерство в результатах, ресурсах и конкурентных действиях.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 18 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Как проявляются направления государственной конкурентной политики в данной ситуации?
Защита или развитие конкуренции – в данной ситуации является целью органов власти?
Согласны ли, вы с тем, что в данной ситуации государство является неотъемлемой частью самой конкурентной среды? Ответ аргументируйте.
Каковы мотивы участия в конкуренции действия ОАО «ТРК «ТВТ»?
Какими ресурсами обладает действия ОАО «ТРК «ТВТ»?
В чем выражается доминирующая позиция действия ОАО «ТРК «ТВТ»?
Что позволяет доминирующая позиция ОАО «ТРК «ТВТ»?
Как в данной ситуации государство проявляло себя антимонопольным конфигуратором национально рынка?
С помощью чего субъекты предпринимательства в данной ситуации могут отстаивать свои законные интересы?
При каких условиях фиксируется монопольная позиция субъектов?
Как доказывается факт злоупотребления доминирующим положением? В чем опасность доминирования для рыночной конкуренции? Доказан ли факт злоупотребления доминирующим положением действия ОАО «ТРК «ТВТ» в данной ситуации?
Какова ответственность за нарушение законодательства о защите конкуренции в части злоупотребления доминирующим положением?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 15

1. Методы конкурентных действий участников рынка.
2. Сущность лидерства. Разница в лидерстве на рынке и в отрасли. Чем отличаются лидеры в конкуренции и монополисты.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 20 и ответьте на вопросы:
О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Что такое недобросовестная конкуренция? Чем она отличается от ограничения конкуренции?
При каких условиях фиксируется недобросовестная конкуренция субъектов предпринимательства?
Опишите формы недобросовестной конкуренции?
Как доказывается факт недобросовестной конкуренции? В чем опасность недобросовестной конкуренции для рынка? Доказан ли факт недобросовестной конкуренции ООО «Омского завода плавленых сыров» в данной ситуации?
Какова ответственность за нарушение законодательства о защите конкуренции в части недобросовестной конкуренции?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 16

1. Классификации стратегий конкурентных действий, адресованных конкурентам (Ю.Рубина).
2. Междисциплинарные параллели в конкурентном анализе (из биологии, военного дела, спорта и др.).
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 2 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
В чем выражалась стратегия конкурентных действий Автоваза? Чем она отличалась от тактики конкурентных действий в рассмотренной ситуации?
Каков характер конкурентного взаимодействия в рассмотренной ситуации?
Какова стратегия конкурентных действий Автоваза в соответствии с предложенными в учебнике классификации? (Котлера, Ламбена, Портера, Рубина).
Как формируются тактические установки на совершение рассмотренных конкурентных действий Автоваза? Что является основой выбора стратегии конкурентных действий Автоваза?
Как определяется тактически выгодное конкурентное поле рассмотренных конкурентных действий Автоваза?
Опишите конкурентное окружение Автоваза? С кем и в каком направлении, за какие ресурсы и результаты конкурирует Автоваз?
На обеспечение каких конкурентных преимуществ направлены действий Автоваза?
Предположите, как проходила разработка тактических операций и организационных сценариев проведения рассмотренных конкурентных действий Автоваза?
На какую силу конкуренции влияет реализация конкурентных действий Автоваза?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 17

1. Классификация тактических моделей конкурентных действий. Примеры применения разных тактических моделей.
2. Сущность картелей. Факторы, повышающие стимулы образования картелей. Инструменты борьбы с ними.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 3 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
В чем выражалась стратегия конкурентных действий Toyota? Чем она отличалась от тактики конкурентных действий в рассмотренной ситуации?
Каков характер конкурентного взаимодействия в рассмотренной ситуации?
Какие действия, направленные на исследование конкурентной среды предприняла компания Toyota, прежде чем осуществить очередной прорыв на автомобильный рынок США?
Как формируются тактические установки на совершение рассмотренных конкурентных действий Toyota? Что является основой выбора стратегии конкурентных действий Toyota?
Как определяется тактически выгодное конкурентное поле рассмотренных конкурентных действий Toyota?
Опишите конкурентное окружение Toyota? С кем и в каком направлении, за какие ресурсы и результаты конкурирует Toyota?
На обеспечение каких конкурентных преимуществ направлены действий Toyota?
Предположите, как проходила разработка тактических операций и организационных сценариев проведения рассмотренных конкурентных действий Toyota?
На какую силу конкуренции влияет реализация конкурентных действий Toyota?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 18

1. Количественное определение доминирующих конкурентных позиций.
2. Типы моделей тактического наступления, с примерами.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 4 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Сформулируйте основную тактическую задачу, которую решает наступление табачных корпораций? Что является объектами наступления табачных корпораций?
Данная тактика является наступлением внутри одной продуктовой группы, при отраслевой или межотраслевой конкуренции?
Наступательная тактика реализуется конкурентным прессингом, или атакой, или штурмом, или наездом?
В какой стратегии табачные корпорации применяют наступление ?
Данное наступление является фронтальным, или форсированным, или скрытым, или фланговым, или тотальным, или многоцелевым?
Какие универсальные фронтальные наступательные операции реализуются в данной ситуации?
Какая дифференциация произошла в данной ситуации?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 19

1. Когда, для чего, кем и как рассчитываются коэффициент концентрации 3 и индекс Херфиндаля-Хиршмана?
2. Модели прямой, косвенной и смешанной обороны.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 24 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и как изменялась его рыночная структура со временем?
Охарактеризуйте как 5 сил конкуренции Портера на этом рынке изменялись в течением времени?
Как повлияла механизация на структуру рынка?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Найдите примеры вертикальной и горизонтальной интеграции?
В каком направлении конкуренции совершались конкурентные действия Американ Тобакко Компани?
Что нарушила Американ Тобакко Компани? В чем конкретно выразилось нарушение?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 20

1. Проведение продуктовых и территориальных границ рынка.
2. Вертикальная, горизонтальная и диагональная интеграция фирмы. Приведите примеры.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 12 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Сформулируйте основную тактическую задачу, которую решает наступление Audi и BMW? Что является объектами наступления автомобильных корпораций?
Рассматриваемая тактика автомобильных корпораций является наступлением внутри одной продуктовой группы, при отраслевой или межотраслевой конкуренции?
Наступательная тактика Audi и BMW реализуется конкурентным прессингом, или атакой, или штурмом, или наездом?
В какой стратегии Audi и BMW применяют наступление ?
Данное наступление Audi и BMW является фронтальным, или форсированным, или скрытым, или фланговым, или тотальным, или многоцелевым?
Какие универсальные фронтальные наступательные операции реализуются Audi и BMW в данной ситуации?
Какая дифференциация произошла в данной ситуации?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 21

1. Конкурентная карта рынка.
2. Регулирование отраслей естественной монополии: способы ценообразования.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 13 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Какой из трех типов конкуренции за ресурсы используется в кейсе?
К какому пространству конкуренции относятся действия Юнимилк по использованию бренда Смешариков?
Какая дифференциация Юнимилк произошла в данной ситуации?
Что такое PRIVATE LABELS? Это вертикальная или горизонтальная кооперация?
Рассчитайте коэффициент концентрации 3 и индекс Херфиндаля-хиршмана на рынке молочных продуктов в денежном выражении в 2010 г.? Какова структура рынка молочной продукции до и после слияния Юнимилк и Данон?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 22

1. Конкурентная разведка и контрразведка как методы конкурентных действий.
2. Опишите направления конкуренции. Приведите примеры.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 14 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Сформулируйте основную тактическую задачу, которую решает наступление сетевых продавцов техники? Что является объектами наступления сетевых продавцов техники?
Данная тактика сетевых продавцов техники является наступлением внутри одной продуктовой группы, при отраслевой или межотраслевой конкуренции?
Наступательная тактика сетевых продавцов техники реализуется конкурентным прессингом, или атакой, или штурмом, или наездом?
В какой стратегии Эльдорадо и Техносила применяют наступление ?
Данное наступление сетевых продавцов техники является фронтальным, или форсированным, или скрытым, или фланговым, или тотальным, или многоцелевым?
Какие универсальные фронтальные наступательные операции Эльдорадо и Техносила реализуются в данной ситуации?
Какая дифференциация сетевых продавцов техники произошла в данной ситуации?
Охарактеризуйте конкурентные позиции сетевых продавцов техники, до и после наступательных действий.
Обладают ли сетевые продавцы техники признаками конкурентной устойчивости?
Являются ли они спойлерами для всех, кому адресованы их конкурентные действия?
Как позиционируют себя Эльдорадо и Техносила в приведенном материале?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 23

1. Формы недобросовестной конкуренции.
2. Конкурентное позиционирование: определение, методы, последствия для конкуренции.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 19 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Сформулируйте основную тактическую задачу, которую решает наступление Datril?
Что является объектами наступления Datril?
Данная тактика Datril является наступлением внутри одной продуктовой группы, при отраслевой или межотраслевой конкуренции?
Наступательная тактика фармацевтических компаний реализуется конкурентным прессингом, или атакой, или штурмом, или наездом?
В какой стратегии Tylenol и Datril применяют наступление ?
Данное наступление фармацевтических компаний является фронтальным, или форсированным, или скрытым, или фланговым, или тотальным, или многоцелевым?
Какие универсальные фронтальные наступательные операции Tylenol и Datril реализуются в данной ситуации?
Какая дифференциация фармацевтических компаний произошла в данной ситуации?
Охарактеризуйте конкурентные позиции фармацевтических компаний, до и после наступательных действий.
Обладают ли фармацевтических компаний признаками конкурентной устойчивости?
Являются ли они спойлерами для всех, кому адресованы их конкурентные действия?
Как позиционируют себя Tylenol и Datril в приведенном материале?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 24

1. Стратегия компромисса. Тактические действия, реализующие стратегию компромисса.
2. Опишите все модели конкуренции при олигополии.
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 25 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Сформулируйте основную тактическую задачу, которую решает наступление Бургер Кинг» против «Макдоналдса? Что является объектами наступления Бургер Кинг»?
Данная тактика Бургер Кинг» является наступлением внутри одной продуктовой группы, при отраслевой или межотраслевой конкуренции?
Наступательная тактика Бургер Кинг» реализуется конкурентным прессингом, или атакой, или штурмом, или наездом?
В какой стратегии Бургер Кинг» применяет наступление ?
Данное наступление Бургер Кинг» является фронтальным, или форсированным, или скрытым, или фланговым, или тотальным, или многоцелевым?
Какие универсальные фронтальные наступательные операции Бургер Кинг» реализуются в данной ситуации?
Какая дифференциация Бургер Кинг» произошла в данной ситуации?
Охарактеризуйте конкурентные позиции Бургер Кинг», до и после наступательных действий.
Обладают ли Бургер Кинг» признаками конкурентной устойчивости?
Являются ли они спойлерами для всех, кому адресованы их конкурентные действия?
Как позиционирует Бургер Кинг» в приведенном материале?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Конкуренция

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 25

1. Конкурентная стратегия отступления. Тактические действия, реализующие стратегию отступления.
2. Что такое Тест гипотетического монополиста? Для чего и как он проводится?
3. Ознакомьтесь с Ситуацией 21 и ответьте на вопросы:

О каком рынке идет речь в кейсе, и какая у него рыночная структура?
Охарактеризуйте 5 сил конкуренции Портера на этом рынке?
Приведите примеры стратегических и тактических действий из кейса?
Какие стратегии по Рубину, Портеру, Юданову и Ансоффу реализуются в кейсе?
Как зарабатывают браузеры? Как называется их бизнес-модель?
В чем суть конкуренции браузеров? За кого? Как считать?
В чем отличие первой войны от второй и от третьей?
Благодаря чему Хром зашел на рынок?
Сейчас идет война браузеров?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Торговое дело»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине..... **ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.**

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.**

III. Тематический план 7

IV. Содержание дисциплины 8

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ..... **ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.**

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 20

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....23

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Торговое дело» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

Изучение дисциплины «Торговое дело» ориентировано на получение обучающимися знаний о принципах и особенностях организации торгового дела в современных условиях цифровизации экономики. В рамках данного курса рассматриваются сущность, функции и виды торговли, структура торговых организаций и интеграционные процессы в отрасли, технологии товародвижения в оптовой и розничной торговле, методы государственного регулирования торговой деятельности. Изучение торгового дела позволит не только получить знания об отрасли, перспективах ее развития, но и освоить практические навыки работы в сфере торговли.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06. «Торговое дело» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений - Б1.В.02.

Изучение дисциплины базируется на сумме входных знаний и умений, полученных обучающимися при изучении дисциплин «Коммерческая деятельность», «Товароведение», «Маркетинг» и других дисциплин. Одновременно курс «Торговое дело» является теоретическим фундаментом для изучения дисциплин «Управление продажами», «Товарная информация», «Мерчендайзинг», «Поведение потребителей», «Методы стимулирования продаж в торговле» и других дисциплин.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины:

формирование у студентов целостного представления о построении внутренней торговли страны, объединяющей торговые организации, деятельность которых направлена на доведение товаров и услуг до потребителей; освоение теоретических знаний о принципах и методах организации торгового дела, приобретение умений применять эти знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность и формирование компетенций, которые позволят выработать способность принимать эффективные решения в сфере торговли.

Задачи дисциплины:

- усвоение теоретических понятий курса, целей, задач, принципов и закономерностей развития торгового дела, а также приобретение практических навыков по постановке целей, задач торговой деятельности;
- изучение экономического содержания отрасли торговли в системе общественного воспроизводства в условиях современного развития;
- анализ проблем и тенденций развития отрасли на основе общих закономерностей и принципов функционирования торговли в сфере потребительского рынка;
- освоение вопросов осуществления управления торгово-технологическими процессами на предприятии;
- изучение ресурсного потенциала торговых предприятий,
- овладение методами и принципами оценки эффективности использования материальных и трудовых ресурсов;
- изучение материально-технической базы торговли;
- развитие самостоятельности мышления и формирование творческого подхода при оценке эффективности хозяйственной деятельности торгового предприятия;
- формирование уровня знаний, умений, практического опыта, опыта деятельности в рамках программы подготовки кадров к Цифровой Экономике, построенных на основе Программы «Цифровая экономика России».

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК –1**	**ПК-1.4.** Анализирует и оценивает ресурсный потенциал в целях управления торгово-экономическими системами	знает ресурсный потенциал; этапы и содержание торгово-технологических процессов и операций	умеет анализировать тенденции развития торгового дела на основе информации с целью эффективного осуществления торгово-технологических процессов; *:*	имеет практический опыт анализа и оценки экономических показателей торговли	Контактная работа: Лекции Семинар Ситуационный практикум Практикум по решению задач Доклады с презентацией Тест Самостоятельная работа
Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	**ПК-2**	**ПК -2.1.** Использует новые технологические решения при организации и управлении процессами и операциями в розничных торговых предприятиях	знает основные способы торговой деятельности, принципы функционирования торговых организаций в целях управления торгово-экономическими системами	умеет идентифицировать виды, типы торговых предприятий; применять методы торговли и принципы функционирования торговых предприятий	иметь практический опыт применения передовых технологических решений в организации и управлении торгово-технологиче	Контактная работа: Лекции Семинар Ситуационный практикум Практикум по решению задач Доклады с презентацией Тест Самостоятельная работа

				при организации и управлении торгово-экономическими процессами и операциями	скими процессами; рассчитывать основные экономические показатели деятельности торгового предприятия	

3. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающегося	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Сфера торговли в экономике: сущность, функции, место на потребительском рынке России. Виды торговли и тенденции их развития.	6	6	4	-	-					10	Семинар/5 Доклады с презентацией /10 Защита отчета по практикуму по решению задач/10
Тема 2. Ресурсный потенциал торговли	12	6	8	-	-					12	Семинар/5 Доклады с презентацией /10 Защита отчета по практикуму по решению задач/10
Тема 3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой и розничной торговле Основные этапы и содержание торгово-технологических процессов	12	4	10	6						19	Семинар /5 Защита отчета по практикуму по решению задач/10 Защита отчета по ситуационному практикуму /10 Реферат/5
Тема 4 Экономические показатели торговой деятельности	8	-	13							19	Защита отчета по практикуму по решению задач/10 Тест /10
Всего:	**38**	**16**	**35**	**6**						**58**	**100**
Контроль (зачет), час	**27**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**180**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**5**										

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Сфера торговли в экономике: сущность, функции, роль и место на потребительском рынке России. Виды торговли и тенденции их развития.

Предмет и задачи курса. Место дисциплины в учебном процессе и связь с другими дисциплинами.

Торговля в структуре экономики, ее взаимосвязь с другими видами деятельности, кредитно-финансовой системой государственным бюджетом и денежным обращением. Роль и место торговли в экономике России.

Торговля как составная часть сферы обращения. Функции торговли. Место и роль торговли в процессе общественного воспроизводства. Взаимосвязь торговли с производством, распределением и личным потреблением.

Факторы макроэкономической и окружающей среды, влияющие на развитие торговли. Тенденции развития отрасли торговли. Технологии, обусловившие развитие отрасли. Процессы концентрации и интеграции в торговле. Организационная структура торговли. Горизонтальная и вертикальная интеграция в торговле, ее экономическое значение, формы. Процессы слияний и поглощений в торговле. Инструменты интеграции (франчайзинг, торгово-закупочный союз). Торговые сети, бизнес сети, торговые союзы и ассоциации, кооперативы и интегрированные торговые системы.

Потребительский рынок: содержание и инфраструктура. Понятие конъюнктуры и емкости потребительского рынка. Спрос, предложение, цена – факторы, определяющие состояние потребительского рынка. Закономерности развития спроса и предложения на товары в РФ.

Общая характеристика видов торговли. Внутренняя и внешняя торговля. Оптовая и розничная торговля, их задачи и функции в развитии сферы обращения потребительских. Формы оптовой и розничной торговли: транзитная и складская.

Основные направления и принципы государственного регулирования товарного обращения. Законодательная база регулирования торгового дела. Основные дефиниции и оценка их применения. Методы государственного регулирования торговли. Регулирующие функции государства в условиях цифровизации экономики и их влияние на торговую деятельность. Механизм формирования конкурентной рыночной среды, реализуемый государством (антимонопольное законодательства, ФЗ «О конкуренции», «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ»). Федеральный закон № 381 –ФЗ от 28.12.2009 г. «О государственном регулировании торговой деятельности в Российской Федерации».

Тема 2. Ресурсный потенциал торговли

Общая характеристика материальных ресурсов торговли. Сущность, факторы и современное состояние материально-технической базы торговли. Система показателей, характеризующих материально-техническую базу торговли.

Основные средства в торговле. Торговое оборудование: классификация. Расчет установочной и экспозиционной площади.

Оборотные фонды, фонды обращения в торговле. Товарные ресурсы. Структура источников товарных ресурсов. Понятие товарных запасов в розничной торговле. Показатели товарооборачиваемости Рынок потребительских товаров. Классификация рынка потребительских товаров по товарной специализации.

Особенности труда торговых работников. Кадры торговли, их характеристика, подготовка, структура, динамика. Предпринимательские способности как особый вид ресурсов. Эффективность труда торговых работников. Методы стимулирования труда и мотивации торгового персонала.

Основные показатели анализа и оценки эффективности использования ресурсного потенциала торгового предприятия.

Тема 3. Организация и управление торгово-технологическим процессом в оптовой и розничной торговле.

Сущность понятий «торговое предприятие» и «торговая организация». Организационные структуры торгового предпринимательства.

Субъекты оптовой торговли и классификация оптовых посредников. Формы предприятий оптовой торговли. Организаторы оптового оборота: оптовые ярмарки, оптовые рынки, товарные биржи, аукционы, торговые выставки. Собственная оптовая инфраструктура в интегрированных торговых системах. Функции и значение распределительного центра. Содержание коммерческой работы по оптовым закупкам товаров, источники закупок.

Виды, формы и типы розничной торговли. Форматы торговых предприятий. Классификация торговых предприятий по специализации, способу организации торговой деятельности; виду торгового объекта; формам торгового обслуживания покупателей; условиям реализации товаров в целях управления торгово-технологическими.

Технология розничной торговли. Розничное торговое предприятие: функции, задачи, субъекты. Типы торговых предприятий согласно Национального стандарта. Современные форматы торговли и их отличия. Программы лояльности в РТС: назначение, формы проведения, методы оценки эффективности.

Формы и методы розничной торговли: самообслуживание, обслуживание через прилавок, продажа товаров по образцам, торговля

по почте, электронная торговля и т.д. Виды основных и дополнительных услуг.

Организация торгово-технологического процесса.

Этапы торгово-технологических процессов и операции: разгрузка, приемка, хранение, подготовка к продаже, продажа товаров. Новые правила торговли. Правила продажи отдельных видов товаров.

Выкладка и мерчендайзинг в розничной торговой сети: принципы, виды, преимущества.

Товародвижение и контрагенты. Взаимодействие субъектов торговой деятельности в процессе товародвижения. Изучение и поиск коммерческих партнеров. Цепи поставок и звенность товародвижения.

Управление товарными ресурсами и товарными запасами. Управление товарным ассортиментом. Понятия «номенклатура товаров» и «торговый ассортимент», «ассортиментная матрица», товары KVI. Организация закупочной деятельности на современном предприятии торговли.

Показатели эффективности товародвижения (время обращения и скорость оборота). Формы товародвижения (прямые поставки и поставки через РЦ).

Схемы «кольцевого завоза», «кросс-докинга». Технология «беспросчетной системы товародвижения». Собственная торговая марка как инструмент повышения эффективности товародвижения. Технология работы с собственной торговой маркой.

Регулирование взаимоотношений торговли и поставщиков. Лицензирование и сертификация услуг торговли. Защита прав потребителей. Организация хозяйственных связей и выбор поставщика.

Тема 4. Экономические показатели торговли

Товарооборот как социально-экономическая категория и показатель эффекта торговой деятельности.

Показатели оценки эффективности хозяйственной и операционной деятельности торговой организации Система показателей экономической эффективности. Доходы, расходы и прибыль, рентабельность, производительность труда.

Показатели чистого денежного потока, EBITDA, среднего чека, like for like и др., применяемые на практике при оценке эффективности хозяйственной деятельности торговой системы.

Рыночные и специфические риски в торговой деятельности. Структура и источники финансовых ресурсов торговли. Анализ финансовых ресурсов в торговле. Ценовые стратегии в торговле

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе преподавания дисциплины «Торговое дело» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, ситуационные практикумы, тестирование, доклады, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. Способствуют формированию умения самостоятельного поиска, обобщения и анализа информации, навыков выступать, мыслить логически, аргументировано излагать сою точку зрения по обсуждаемому вопросу, критически оценивать выступления остальных участников, развивать культуру ведения дискуссии.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной

литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии на семинаре

Дискуссия – целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии – обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения решения задач необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов по решению задач

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Порядок проведения практикума по решению задач

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

Выполнение заданий практикума.

1. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
2. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, цель которого состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и устного изложения собственных мыслей. Использование кейс - метода направлено на формирование умений мыслительной деятельности, способности воспринимать поток информации, оценивать условия и факторы осуществления торговой деятельности в практических ситуациях развития торгового дела

Ситуационный практикум должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках курса, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Элементы содержания ситуационного практикума:

1. Выделение основной проблемы;
2. Краткая формулировка собственного взгляда, видения проблемы;
3. Анализ различных научных взглядов психологов, социологов, политиков, писателей и др. на данную проблемы;
4. Авторский вывод из приведенных суждений (авторская позиция).

Методические рекомендации для обучающихся по подготовке к тестированию

Тестирование нацелено на получение наиболее объективной и оперативной оценки знаний, умений и навыков обучаемых, т.к. применяемый метод обладает высокой степенью дифференциации испытуемых по уровню достижений.

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов. Тестовые задания могут быть следующих типов:

1. Закрытое тестовое задание
2. Открытое тестовое задание

3. Тестовое задание на установление соответствия

4. Тестовое задание на установление правильной последовательности

5. Компетентностное задание

При подготовке к тестированию студенту необходимо:

а) готовясь к тестированию, проработать информационный материал по дисциплине. Проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;

б) четко выяснить все условия тестирования заранее. Студент должен знать, сколько тестов ему будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.;

в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочитать вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выбрать правильные ответы - их может быть несколько. На отдельном листке ответов выписать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволит максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант;

д) если студент встретил чрезвычайно трудный для него вопрос, нет необходимости тратить много времени на него – надо переходить к другим тестам и вернуться к трудному вопросу в конце;

е) обязательно оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Методические рекомендации для обучающихся по подготовке доклада

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад должен сопровождаться презентацией.

Доклад по теме должен сразу планироваться как устное выступление и соответствовать некоторым дополнительным критериям. Если текст в презентации обязан быть правильно построен и оформлен, грамотно написан и удовлетворительно раскрывать тему содержания, то для устного сообщения этого мало. Устное выступление должно хорошо восприниматься на слух, то есть быть интересно поданным для аудитории. Для представления устного доклада, который сопровождает презетацию, полезно составить тезисы – опорные пункты выступления докладчика (обоснование актуальности, описание сути работы, выводы), ключевые слова, которые помогают логически стройному изложению темы, схемы, таблицы и т.п. Во время выступления можно опираться на пояснительные материалы, представленные в виде слайдов, таблиц и пр., которые относятся к рассматриваемой теме. Это поможет не только вам

ярко и четко изложить материал, но и слушателям наглядно представить и понять проблему, о которой идет речь в докладе.

Как правило, структура доклада выглядит следующим образом:

1. Введение:

– указывается тема и цель доклада;

– обозначается проблемное поле и вводятся основные термины доклада, а также тематические разделы содержания доклада;

– намечаются методы решения представленной в докладе проблемы и предполагаемые результаты.

2. Основное содержание доклада:

– последовательно раскрываются тематические разделы доклада.

3. Заключение:

– приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Текст доклада должен быть построен в соответствии с регламентом предстоящего выступления: не более семи минут. В данном случае очень важно для докладчика во время сообщения уложиться во времени: если вас прервут на середине доклада, вы не сможете сообщить самого главного – выводов вашей самостоятельной работы. От этого качество выступления станет ниже и это отразится на вашей оценке.

Поэтому не меньшее внимание, чем написанию самого доклада, следует уделить отработке его чтения. Написанный черновой вариант следует прочесть кому-нибудь вслух. При этом следует читать не торопясь, но и без излишней медлительности, осваивая темп будущего выступления. Если не удается уложиться в регламент, следует вернуться к тексту и сократить материал: обычно бывает растянутой вводная часть, выводы следует свести к пронумерованным тезисам, сделав их предельно четкими и краткими.

Доклад, будучи устной формой сообщения, обладает определенными возможностями проявления с вашей стороны чувства юмора, нетривиальности подачи информации, литературных дарований.

Для успешной работы над докладом следует выполнить следующее: серьезно отнестись к выбору темы, освоить навыки подбора литературы, методы работы с источниками.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Реферат

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Сфера торговли в экономике: сущность, функции, роль и место на потребительском рынке России. Виды торговли и тенденции их развития.	Тенденции развития отрасли торговли. Технологии, обусловившие развитие отрасли. Процессы концентрации и интеграции в торговле. Закономерности развития спроса и предложения на товары в РФ.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинарскому занятию Подготовка доклада с презентацией. Подготовка к практикуму	Доклад с презентацией Семинар Защита отчета по практикуму по решению задач
Тема 2. Ресурсный потенциал торговли	Классификация рынка потребительских товаров по товарной специализации. Кадры торговли, их характеристика, подготовка, структура, динамика. Предпринимательские способности как особый вид ресурсов. Эффективность труда торговых работников. Методы стимулирования труда и мотивации торгового персонала.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Написание конспекта Подготовка к семинарскому занятию Подготовка доклада с презентацией. Подготовка к практикуму.	Доклад с презентацией Семинар Защита отчета по практикуму по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
Тема 3. Организация и управление торгово-технологическим процессом. Основные этапы и содержание торгово-технологических процессов	Организаторы оптового оборота: оптовые ярмарки, оптовые рынки, товарные биржи, аукционы, торговые выставки. Собственная оптовая инфраструктура в интегрированных торговых системах. Функции и значение распределительного центра.	Работа в библиотеке (в том числе электронной). Выполнение домашнего задания, написание конспекта Подготовка реферата Подготовка к семинарскому занятию Подготовка к кейсу. Подготовка к практикуму	Семинар Защита отчета по практикуму по решению задач Защита отчета по ситуационному практикуму Реферат
Тема 4. Экономические показатели торговли	Показатели чистого денежного потока, EBITDA, среднего чека, like for like и др., применяемые на практике при оценке эффективности хозяйственной деятельности торговой системы. Рыночные и специфические риски в торговой деятельности.	Работа в библиотеке, в том числе электронной Подготовка к тестированию. Подготовка к практикуму	Защита отчета по практикуму по решению задач Тест

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

1. Памбухчиянц, О.В. Технология розничной торговли : учебник / О.В. Памбухчиянц. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 288 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116036 (дата обращения: 15.04.2020). – ISBN 978-5-394-01131-3. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

2. Афанасенко И.Д., Борисова В.В. Торговое дело: учебник / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. - СПб.: Питер, 2018. - 550с.

3. Грибанова, И.В. Организация и технология торговли : учебное пособие : [12+] / И.В. Грибанова, Н.В. Смирнова. – 4-е изд., стер. – Минск : РИПО, 2016. – 204 с. : схем., табл. – Режим доступа: по

подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463609 (дата обращения: 15.04.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-503-549-8. – Текст : электронный.

4. Красовская, Н.В. Эффективные продажи: учебно-методический комплекс. Практикум для студентов направления 38.03.02 Менеджмент очной и заочной формы обучения / Н.В. Тюменский государственный университет, 2018. 30 с. http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573503

5. Кент Т. Розничная торговля: учебник / Т. Кент, О. Омар. - М.: Юнити-Дана, 2015. - 719 с. - (Зарубежный учебник).

6. Мазанкова Т.В. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии отрасли (торговли): учебное пособие. - М.: Берлин, Директ-Медиа, 2015. - 214с.

7. Парамонова Т.Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич. - М.: Дашков и К°, 2016. - 283с. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества: учебник. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2015. - 656с.

8. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика /монография Д.И. Валигурский, М.Н. Авдокушина, В.А. Алексунин и др. ; под науч. ред. Д.И. Валигурского. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 410 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495737 (дата обращения: 15.04.2020). – ISBN 978-5-394-02946-2. – Текст : электронный

9. Чернухина Г.Н. Организация торговли: учебник. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2016.-192с

Нормативно -правовые документы:

1. Федеральный Закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» №381-ФЗ от 28.12.2009г. (в ред. от 25.12.2018г.).

2. ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения».

3. ГОСТ Р 51773-2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли»

4. Федеральный закон от 3 июня 2009 года № 116-ФЗ «О внесение изменений в ст.15 Федерального закона «О розничных рынках» и внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации»;

5. Федеральный закон от 26 декабря 2008 года N 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля».

6. Федеральный закон № 2300-1 от 07.02.1992 «О защите прав потребителей» (с изм. от 17.07.19 №261 -ФЗ)

7. Федеральный закон от 22 ноября 1995 года N 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции».

8. Постановление Правительства Москвы от 18.01.2011г. № 9-ПП «Об утверждении положения о Департаменте торговли и услуг города Москвы» (в ред. от 08.08.2012 № 380-ПП).

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Федеральная служба государственной статистики.	http://www.gks/ru
2.	Мониторинг экономических показателей	http://www.budgetrf.ru
3.	Российская национальная библиотека	http://www.nlr.ru
4.	Электронная библиотека – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
5.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
6.	РосБизнес Консалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)	http://www.rbc.ru
7.	Деловая пресса	http://www.businesspress.ru
8	Новости и технологии торгового бизнеса.	http://www.torgrus.ru
9	Официальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ	http://minpromtorg.gov.ru/
10	Официальный сайт Департамента торговли и услуг г. Москвы	http:www.dtu.mos.ru
11	Центр профессиональных коммуникаций	http://www.profcomm.org

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся,

оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Тестовые задания	«10» – верные ответы составляют 100% общего количества; «9» – верные ответы составляют не менее 90% от общего количества; «8» верные ответы составляют не менее 80% от общего количества; «7» верные ответы составляют не менее 70% от общего количества; «6» – не менее 60% правильных ответов «5» - верные ответы составляют более 50% от общего

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		количества; «4» - верные ответы составляют более 40% от общего количества; «3» - верные ответы составляют более 30% от общего количества; «2» - верные ответы составляют более 20% от общего количества; «1» - верные ответы составляют более 10% от общего количества

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
2.	Практикум по решению задач	Распределение баллов в зависимости от решения количества и сложности задач – от 1 до 10 баллов Отчет по практикуму 10-9 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 8-5 – практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 4-1 - практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки, не все задания решены. 0 - практикум не выполнен.
3	Ситуационный практикум	8-10 баллов – участники мини-группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 4-7 баллов – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 1-3 баллов – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект корпоративного имиджа, в последующей дискуссии принимали не слишком активное
4.	Семинар	«5-4» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; «3-2» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 3-2 выступлений, ответы построены в основном логично и обосновано, но точка зрения не достаточно аргументирована «2-1» – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.
5.	Доклад с презентацией	10-8 – грамотное использование профессиональной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 7-5 – грамотное использование профессиональной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 4-3 – грамотное использование профессиональной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. 2-1 использование профессиональной терминологии, неспособность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, отсутствие аргументации собственной точки зрения.
6	Реферат	5 – грамотное использование профессиональной терминологии, свободное изложение рассматриваемой

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		проблемы, логичность и обоснованность выводов; 4 – грамотное использование профессиональной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 3-2 – грамотное использование профессиональной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. 1 использование профессиональной терминологии, неспособность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, отсутствие аргументации собственной точки зрения.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к теме 1. Сфера торговли в экономике: сущность, функции, роль и место на потребительском рынке России Виды торговли и тенденции их развития.

Вопросы к семинару

1. Охарактеризуйте место торговли в структуре российской экономики.
2. Назовите функции торговли.
3. Какие факторы макроэкономической и окружающей среды, влияют на развитие торговли. Обоснуйте ответ.
4. Назовите тенденции развития отрасли торговли.
5. Охарактеризуйте потребительский рынок, раскройте его содержание и инфраструктуру.
6. Что представляет собой конъюнктура и емкости потребительского рынка.
7. Раскройте содержание понятия «емкость» товарного рынка. Приведите формализованный вид.
8. Каковы закономерности товарного предложения в России
9. Дайте характеристику видов торговли.
10. Назовите задачи и функции оптовой и розничной торговли
11. Какие формы оптовой торговли Вам известны?
12. Охарактеризуйте основные направления и принципы государственного регулирования товарного обращения
13. Раскройте методы государственного регулирования торговли. 14. Раскройте механизм формирования конкурентной рыночной среды,

реализуемый государством (антимонопольное законодательства, ФЗ «О конкуренции», «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ»).
14. Какой закон регулирует торговую деятельность в РФ?
15. назовите основные положения Федерального закона № 381 –ФЗ от 28.12.2009 г. «О государственном регулировании торговой деятельности в РФ»

Примерные темы доклада с презентацией:

1. Сравнительная характеристика развития торговли в регионах России.
2. Особенности и принципы организации торгового дела.
3. Организационные построения, применяемые ведущими современными торговыми системами.
4. Оптимизация рисков торгового дела с помощью организационного проектирования.
5. Принципы и направления оптимизации управления торговой организацией.
6. Технологии, обусловившие развитие отрасли.
7. Горизонтальная и вертикальная интеграция в торговле, ее экономическое значение, формы.
8. Процессы слияний и поглощений в торговле.
9. Инновации в торговле
10. Тенденции развития торговли

Практикум по решению задач

Задача 1 Проанализируйте и определите покупательную способность населения района по следующим данным за месяц:
пенсии, выплачиваемые жителям в месяц – 50 млн. руб., начисления заработной платы – 500 млн. руб., доходы самозанятого населения – 200 млн. руб., затраты населения на оплату ЖКУ - 50 млн. руб., затраты на образование – 10 млн. руб.

Задача 2. Определите показатели, характеризующие отраслевую структуру, исходя из данных таблицы . Рассчитайте долю валовой продукции предприятия в отчетном и базовом периоде, а также темпы роста продукции предприятия и отрасли.

Таблица

Объем реализованной продукции (млн.руб.)

Год	Отрасль «Торговля»	Оптовое внешнеторговое предприятие «Джи Эм Система»
Базовый	4572	143
Отчетный	4695	154

Задача 3 Определите реализованный спрос и степень удовлетворения спроса на товарную группу, если известно, что среднедневной объем

продаж составляет 5200, продолжительность периода – 10 дней. Реальный спрос – 65000.

Задача 4. Необходимо определить показатели, характеризующие положение розничной торговой сети «А» в отрасли, исходя из данных таблицы. Рассчитайте удельный вес, темп роста и коэффициент опережения на основе анализа показателей таблицы 1.

Таблица 1.

Розничный товарооборот (трл. руб.)

Год	Отрасль торговли	Розничная торговая сеть «А»
Базовый 2019г.	27,6	0,7
Отчетный 2020г.	28.1	0,8

Задача 5 . Расчетно графическая работа: выявление тенденций изменения структуры потребления и предложения на основе данных Росстата (www.gks.ru)

Для выполнения расчетно-аналитического задания необходимо:

а) заполнить столбец «2018- 2019-2020г»

б) оценить вклад торговли в социально экономическое развитие России: в валовой внутренний продукт в обеспечение занятости населения

в) проанализировать долю торговли как вида экономической деятельности в валовом внутреннем продукте России и динамику показателей за последние три года;

г) составить диаграмму отраслевой структуры и сделать выводы о значении торговой деятельности для экономики страны

д) представить сравнительную характеристику занятых в торговле за 2008 и 2020гг

Таблица.

Численность занятых в экономике по видам экономической деятельности (тыс.чел.)

Вид деятельности	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2018	2019	2020
Занято в экономике – всего	71003	69410	69934	70857	71545	71391			
Из них: оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	10770	10583	10894	11246	11503	11495			
Гостиницы и рестораны	1472	1436	1372	1495	1532	1616			
Транспорт и связь	6581	6540	6522	6690	6711	6767			
Финансовая деятельность	1332	1254	1332	1427	1463	1579			
Операции с недвижимым	4486	4516	4512	4755	4726	4829			

имуществом, аренда и предоставление услуг									

Типовые задания к теме 2. Ресурсный потенциал торговли

Вопросы к семинару

1. Охарактеризуйте материальные ресурсы торгового предприятия.
2. Опишите современное состояние материально-технической базы торговли.
3. Назовите систему показателей, характеризующих материально-техническую базу торговли.
4. Раскройте понятие «Основные средства в торговле».
5. Какое торговое оборудование Вы знаете.
6. Приведите формулы для расчета установочной и экспозиционной площади.
7. Охарактеризуйте фонды обращения в торговле.
8. В чем состоит отличие товарных ресурсов от товарных запасов.
9. Назовите источники товарных ресурсов.
10. Дайте определение товарных запасов в розничной торговле.
11. Назовите показатели товарооборачиваемости
12. Какие товарные рынки Вам известны? В
13. Представьте классификацию рынка потребительских товаров по товарной специализации.
14. Охарактеризуйте кадры торговли, дайте характеристика, подготовка, структуру, динамику. Назовите методы стимулирования труда и мотивации торгового персонала.
15. Какие показатели используются для анализа и оценки эффективности использования ресурсного потенциала торгового предприятия

Примерные темы доклада с презентацией:

1. Анализ и оценка ресурсного потенциала торговой сети (на примере одной из публичных торговых компаний – X5 Retail Group, «ОКей», «Лента», «Магнит»).

2. Формирование ресурсного потенциала при открытии торгового предприятия в Москве» (на выбор предлагаются варианты: книжный магазин, продовольственный магазин, киоск «Печать», киоск «Мороженое», «Пиццерия»).

3. Анализ и оценка ресурсного потенциала при условии, что торговый объект работает по франшизе (может быть выбрана любая, предлагаемая рынком франшиза).

Практикум по решению задач

Задача № 1. Торговая организация имеет средний товарный запас 6 млн. руб. Годовой товарооборот составляет 380 млн. рублей. Определите

время обращения товаров и количество оборотов, вложенных в товарный запас денежных средств за год.

На сколько необходимо прирастить товарные запасы организации, если планируется в следующем году увеличить товарооборот на 15%. И сохранить показатели эффективности.

Задача № 2. В торговой организации заняты директор, имеющий оклад 100 тыс. рублей, заместитель директора – 80 тыс. рублей, бухгалтер – 70 тыс. рублей, 2 администратора с окладом 50 тыс. рублей и шесть продавцов с окладом 35 тыс. рублей. Все являются штатными сотрудниками с полной занятостью. Определите годовой фонд оплаты труда с учетом социальных налогов.

Предприятие использует традиционную систему налогообложения.

*Задача № 3.*Предприятие реализовало продукцию в отчетном квартале на 100000 руб. при средних остатках оборотных средств 25000руб. Определите ускорение оборачиваемости средств в днях в плановом квартале, если объем реализованной продукции возрастет на 10 %.

Задача № 4. Рассчитать линейным методом норму и сумму амортизации по следующим данным: первоначальная стоимость торгово-технологического оборудования составляет 15 млн. руб., средний срок его полезного использования – 12 лет.

Типовые задания к теме 3.Организация и управление торгово-технологическим процессом. Основные этапы и содержание торгово-технологических процессов

Вопросы для обсуждения на семинаре

Дискуссия на тему «Обсуждаем концепт сетевого магазина».

Слушателям предлагаются следующие действия:

1. изучить стратегии и технологии построения одного из концептов сетевого магазина, изложенные в разделе «Мастер класс» на сайте retail.ru.
2. Проверить изложенные в материалах оценки самостоятельно, посетив магазины данного концепта.
2. Структурировать и изложить на группе свое мнение с точки зрения специалиста в области ритейла и покупателя. Доказать и отстоять в дискуссии свое видение. При выполнении задания можно воспользоваться дополнительными информационными ресурсами[1]
3. Обсудить вопросы:

- Считаете ли Вы торговые организации системообразующими в экономике России? Назовите их
- С помощью каких инструментов государство может регулировать социально – экономический эффект торговли?

[1] При выполнении задания можно воспользоваться дополнительными информационными ресурсами (прим. автора)

- Охарактеризуйте роль малого бизнеса в современной инфраструктуре торговли
- Назовите инструменты работы с покупателями по формированию спроса
- Оцените влияние современной он лайн и оф лайн торговли на потребителя. Какова динамика каждого из видов
- Эффективно ли строятся отношения торговли и производства?

1. Проанализируйте действующее законодательство в сфере обращения и практику применения нормативно-правового регулирования потребительского рынка и дайте ответы наследующие вопросы:
   1. Каковы объективные причины государственного регулирования функционирования сферы обращения?
   2. Опишите механизм воздействия экономических методов регулирования торговли.
   3. Опишите механизм воздействия административных методов регулирования торговли.
   4. Как осуществляется антимонопольная политика и поддержка предпринимательства на потребительском рынке?
   5. Как вы понимаете понятие «недобросовестная конкуренция»? Опишите признаки доминирования организации на рынке
   6. Опишите формы и методы государственной защиты прав потребителей на потребительском рынке
   7. Сформулируйте основные функции Департамента внутренней торговли на национальном уровне и функции Департамента торговли и услуг на уровне города Москвы
   8. Сформулируйте основными методы и принципы регулирования торговли в соответствии с ФЗ-№ 381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
   9. Каковы основные цели государственной политики в сфере потребительского рынка?

Ситуационный практикум. Анализ влияния ресурсного потенциала торговой организации на управление торгово-технологическим процессом (на примере РТС (X5 Retail Group, компаний «Магнит», «О.Кей», «Дикси» и др.))

Обучающимся предлагается самостоятельно изучить отчетные документы, представленные на сайте выбранной компании. Представить в аудитории свое видение развития этой компании:

– изобразить схематично организационное устройство компании;

– объяснить организационные построения данной торговой системы;

– предложить свой проект совершенствования организационной структуры системы под действием внешних и внутренних факторов;

– проследить формы торговли, использованные компанией, дать оценку сравнительной эффективности, охарактеризовать инструменты и источники развития;

– проанализировать структуру собственности;

– проанализировать структуру управления исследуемой компании и высказать свои предложения по ее оптимизации;

- проанализировать кадровый потенциал.

Отметьте, какая схема отражена на рисунке.



Компания имеет заключенные договора с поставщиками, поставки осуществляются через распределительный склад и намерена заключить договоры напрямую с поставщиками.

Задание:

1. Расскажите, с помощью каких методов и показателей Вы будете оценивать ситуацию с товарными запасами и заказами на предприятии.

2. Дайте краткое описание закупочного процесса. Предложите типовой договор поставки

3. Какие параметры Вам надо знать, чтобы рассчитать заказ на поставку.

4. Охарактеризуйте методы обеспечения оптимального товарного ассортимента.

5. Определите факторы оптимального товарного ассортимента.

6. Опишите процедуру планирования закупок товаров.

7. Мотивируйте принципы рациональной организации закупок.

8. По каким критериям вы будете выбирать поставщиков?

9. Опишите особенности договора поставки по прямым связям с поставщиками. Что признается существенным при нарушении договора поставки со стороны поставщика и со стороны покупателя?

10. Какая информация содержится в спецификации, и кто ее будет подписывать в вашем примере?

Результаты анализа представить в виде аналитической справки.

Над выполнением данной задачи студенты работают в мини группах.

Практикум по решению задач

Задача № 1.

Торговая компания имеет следующие показатели деятельности (таблица).

Таблица

Исходные данные для расчета

Показатели	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
Товарный запас на начало недели, ед	500	1500	2000
Продажа понедельник	70	300	300
Продажа вторник	60	250	320
Продажа среда	31	130	400
Продажа четверг	44	140	460
Продажа пятница (по данным прошлой недели)	60	350	560
Продажа суббота (по данным прошлой недели)	100	500	600
Товарный запас на конец недели	500	1400	2300

Поставка товаров осуществляется с Распределительного центра компании 1 раз в неделю, в субботу. Необходимо рассчитать заказ на поставку по каждому варианту

Задача 2. Определение границ применения технологии распределительного центра для розничных торговых сетей в зависимости от профиля торговли, формата и местоположения

Условия задачи:

Выбирается объект обсуждения:

а) Федеральная сеть гипермаркетов,

б) Региональная сеть дискаунтеров,

в) Федеральная сеть гипермаркетов и супермаркетов электроники,

г) Сеть магазинов у дома, оперирующая в городе с населением 200 – 300 тысяч человек,

д) Сеть магазинов «У дома», работающая в областном центре.

Задание:

– определить насколько целесообразно сети использовать технологию Распределительного центра,

– нарисовать оптимальную структуру товародвижения,

– прописать «За» и «против» централизации товародвижения.

Примерные темы реферата

1. Анализ организационных структур торгового предпринимательства.
2. Анализ деятельности субъектов оптовой торговли Функции и значение распределительного центра.
3. Анализ современных форматов торговых предприятий. Классификация торговых предприятий по специализации,
4. Технологии розничной торговли.

5. Типы торговых предприятий согласно Национального стандарта.
6. Программы лояльности в РТС: назначение, формы проведения, методы оценки эффективности.
7. Этапы торгово-технологических процессов
8. Новые правила торговли.
9. Взаимодействие субъектов торговой деятельности в процессе товародвижения. Цепи поставок и звенность товародвижения.
10. Управление товарными ресурсами и товарными запасами.

Типовые задания к теме 4. Экономические показатели торговли

Практикум по решению задач

Задача № 1.

Торговое предприятие закупает товар по 130 руб., продает по 190 руб., в объеме 5000 штук в месяц. В следующем месяце поставщик сможет обеспечить только 3000 штук. На начало месяца остаток составил 200 штук. Другой поставщик предлагает тот же товар по цене 120 руб., но в любом объеме. Определить экономию или перерасход получит торговое предприятие от заключения нового договора поставки, если традиционно в следующем месяце продажи падают на 25%.

Задача № 2.

План продаж оптового предприятия на следующий месяц составляет 560 млн. рублей, товарный остаток на начало месяца – 12 млн. рублей, неснижаемый остаток (норматив) – 15 млн. руб. Потери при обработке (норматив) – 2%. Рассчитать необходимые поступления, используя формулу товарного баланса

Задача №3.

Определите размер посреднической надбавки в процентах к оптовой цене, если известно, что продукция реализуется в розничный магазин через оптового посредника по цене 18,7 руб. за единицу в количестве 120 шт. Издержки обращения оптового посредника составляют 328,8 руб. Рентабельность – 30% к издержкам обращения. Ставка НДС – 20%.

Задача № 4.

Определите размер валовой, товарной и реализованной продукции на основе данных: в отчетном периоде предприятие выпустило 500 единиц изделий А по цене 2,5 тыс.руб. и 800 единиц изделий Б по цене 3,2 тыс.руб. Стоимость услуг непромышленного характера, оказанных сторонним организациям, – 50 тыс.руб. Остаток незавершенного производства на начало года – 65 тыс.руб., на конец года – 45 тыс.руб. Остатки готовой продукции на складах на начало периода – 75 тыс.руб., на конец периода – 125 тыс. руб.

Примерные тесты к теме 4.

1. *Под прибылью т орговой организации от реализации понимают …*

а) сумму прибыли от реализации товаров, остающейся в распоряжении предприятия как разность между валовым доходом и издержками обращения, обязательными платежами и налогом на прибыль.

б) разность между валовым доходом и за вычетом обязательных платежей и издержками обращения за определенный период времени

в) сумму прибыли от реализации товаров и сальдо доходов и расходов от внереализационных операций

*2.Индекс физического объема розничного т оварооборот а рассчит ывают для оценки*_____.

3. *Товарооборот – эт о*_____.

а) объем продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определенный период времени.

б) денежное выражение объема хозяйственной деятельности

в) доходы торгового предприятия от реализации товаров на потребительском рынке

4. *Индекс физического объема т оварооборот а характ еризует …*

а) влияние изменения количества и структуры реализованных товаров на динамику показателя

б) изменение совокупной стоимости проданных товаров за анализируемый период

в) изменение совокупной стоимости определенного количества товаров в течение анализируемого периода

5. *Мини кейс.* Среднесписочная численность работников *розничного* торгового предприятия за анализируемый период составила 90 человека, товарооборот 500 млн. руб. Определите производительность труда работников торгового предприятия.

6. *Миникейс.* В розничном торговом предприятии реализуется 5 товарных групп. Проведите АВС анализ и проранжируйте товарные группы. Дайте свои выводы. В таблице приведены экономические результаты продаж за год в млн. рублей:

Товарная группа	Выручка чистая	Валовый доход
1.Молоко и молочные продукты	300	60
2.Вино-водочные товары и воды	200	90
3.Мясо и мясопродукты	240	120
4.Консервация	150	60
5.Хлеб и хлебобулочные товары	120	25

6.Гастрономические товары	450	200

7.Проранжируйте по доле (удельному весу) оборотных средств. Оборотные средства торгового предприятия формируют:

А) деньги в кассе магазина

Б) деньги на расчетном счету

В) товары в пути

Г) товары в торговых залах и на складе

8. Постройте последовательность в цепочке воспроизводства и определите место каждого из элементов в этом процессе

а) Сфера торговли

б) Сфера потребления (домашние хозяйства)

в) Сфера производства

9. Составьте соответствие между терминами и их определениями

1. сфера обращения	А. система общественных отношений, основанных на соблюдении правовых норм, возникающих между субъектами в процессе реализации товаров
2. сфера потребления	Б. соотношение спроса и предложения
3. потребительский рынок	В. Экономическая форма доведения результатов производства до потребителя
4. конъюнктура потребительского рынка	Г. совокупность домашних хозяйств
5. инфраструктура потребительского рынка	Д. совокупность институтов и средств, поддерживающих взаимосвязи между продавцами и покупателями

10. Рассчитать сравнительную эффективность торговой сети А и торговой сети В, если имеется следующая информация: торговая сеть А: годовой товарооборот 800 млн. руб., средняя реализованная наценка за год 50%, издержки обращения 150 млн. руб., количество магазинов 10, торговая площадь 1800 кв. метров Торговая сеть В: годовой товарооборот 900 млн. руб., средняя реализованная наценка за год 40%, издержки обращения 180 млн. руб., количество магазинов 9, торговая площадь 2000 кв. метров

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Торговое дело» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Государственное регулирование торговой деятельности в РФ: методы и принципы регулирования торговли в соответствии с ФЗ-№ 381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».
2. Торговля как составная часть сферы обращения. Экономическая сущность торговой услуги. Функции торговли.
3. Современное состояние торговли в Российской Федерации. Роль и место торговли в экономике Российской Федерации
4. Оптовая торговая сеть, ее структура и функции. Роль, функции и организация оптовых рынков.
5. Розничная торговая сеть, ее структура и функции. Тенденции развития розничной торговли в России.
6. Экономические показатели торговой деятельности

7. Характеристика и элементы потребительского рынка.
8. Этапы и закономерности развития торгового дела в России
9. Сущность, роль и содержание закупочной работы оптового предприятия
10. Оценка и поиск коммерческих партнеров по торговой закупке.
11. Конъюнктура потребительского рынка
12. Место и роль торговли в процессе общественного воспроизводства
13. Организация коммерческой работы по розничной продаже товаров.
14. Принципы и этапы товародвижения
15. Ресурсы торговой организации.
16. Каналы распределения товаров и организация товародвижения.
17. Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.
18. Оборотные средства торговых предприятий
19. Методы розничной продажи товаров. Стимулирование продаж.
20. Эффективность использования основных средств в торговле
21. Классификация торгового оборудования
22. Классификация рынка потребительских товаров
23. Сущность, факторы и современное состояние материально-технической базы торговли
24. Технология продажи товаров под собственной торговой маркой.
25. Товарооборот как социально-экономическая категория и показатель хозяйственной деятельности

Задания 2 типа

1. В чем состоит сущность интегрированной торговой системы, ее отличие от торговой и бизнес сети? Обоснуйте влияние процессов концентрации и интеграции в отрасли на современное состояние торговли в РФ. Какие конкурентные преимущества торговля получает в результате интеграции?
2. В чем состоит отличие между организационным и управленческим решением? Что такое организационная структура торговой организации и каковы основные принципы ее построения? Какие управленческие принципы используются при формирования современной торговой организации? Нарисуйте схему организационной структуры малого торгового предприятия и торговой сети федерального значения
2. Охарактеризуйте экономическую деятельность в торговле? Какие принципы положены в основу операционной деятельности?
3. Проанализируйте влияние факторов макроэкономической и

окружающей среды на результаты хозяйственной деятельности торговой организации?

4. Назовите показатели эффективности управления розничным сетевым торговым предприятием.

5. Каким образом сформировать ресурсный потенциал, если стоит задача открыть торговое предприятие в Москве» (на выбор предлагаются варианты: книжный магазин, продовольственный магазин, киоск «Печать», киоск «Мороженое», «Пиццерия»). Как оценить ресурсный потенциал, если стоит задача открыть торговый объект по франшизе

7.В каком документе прописаны Правила торговли? Раскройте содержание Правил работы предприятий розничной торговли.

8.Раскройте классификацию торговых предприятий. Какие форматы торговли занимают набольшую долю на потребительском рынке

9.Опишите механизм взаимодействия и взаимосвязи торговли с производством, распределением и личным потреблением.

10. Проанализируйте этапы торгово-технологического процесса.

11.Какой отдел в РТС занимается анализом и планированием ассортимента товаров в магазине. Что такое ассортиментная матрица? Принципы формированием и управлением товарного ассортимента.

12. Оцените эволюцию форм и методов горизонтальной и вертикальной интеграции в торговле. Опишите механизмы формирования конкурентных преимуществ в торговле.

13.Дайте краткое описание закупочного процесса. Предложите типовой договор поставки

14.Дайте оценку программам лояльности в РТС, опишите их назначение, формы проведения, методы оценки эффективности.

15. Изложите принципы формирования стратегии торговой организации Ваша организация должна увеличить долю на рынке на 20% в течение 5 лет. Предложите стратегические и тактические решения.

16. В чем состоит сущность управления товарными запасами? В каких случаях применяются технико-экономические расчеты?

17. Проанализируйте зависимость между временем и скоростью товарного обращения.

18. Назовите форматы розничной торговли и дайте им характеристику. Охарактеризуйте формат «торговый дом».

19. Раскройте процессы формирования ассортимента. Каким образом спрос влияет на ассортимент товаров и проанализируйте обратную зависимость

20. Охарактеризуйте механизм промо акций, проводимых торговыми системами

21. Охарактеризуйте системы товародвижения и укажите значение распределительного центра?

22. Охарактеризуйте преимущества применения технологии кросс-докинга при организации товародвижения

23. Назовите технологические решения, обеспечившие эффективное развитие торговых систем Wal-Mart, Aldi, IKEA.

24. Какие принципы выкладки товаров используются в розничных торговых сетях. В чем состоят преимущества эффективной выкладки и мерчендайзинга, получаемых сетью преимуществ.

25. Проанализируйте и обоснуйте существенные положения договора поставки и договора купли-продажи. Опишите особенности договора поставки по прямым связям с поставщиками. Что признается существенным при нарушении договора поставки со стороны поставщика и со стороны покупателя?

Задания 3 типа

1. Торговая организация имеет средний товарный запас 6 млн. руб. Годовой товарооборот составляет 380 млн. рублей. Определите время обращения товаров и количество оборотов, вложенных в товарный запас денежных средств за год. На сколько необходимо увеличить товарные запасы организации, если планируется в следующем году увеличить товарооборот на 15% и сохранить показатели эффективности

2. В торговой организации заняты директор, имеющий оклад 100 тыс. рублей, заместитель директора – 80 тыс. рублей, бухгалтер – 70 тыс. рублей, 2 администратора с окладом 50 тыс. рублей и шесть продавцов с окладом 35 тыс. рублей. Все являются штатными сотрудниками с полной занятостью. Определите годовой фонд оплаты труда с учетом социальных налогов. Предприятие использует традиционную систему налогообложения.

3. Предприятие реализовало продукцию в отчетном квартале на 100000 руб. при средних остатках оборотных средств 25000руб. Определите ускорение оборачиваемости средств в днях в плановом квартале, если объем реализованной продукции возрастет на 10 %.

4. Рассчитать линейным методом норму и сумму амортизации по следующим данным: первоначальная стоимость торгово-технологического оборудования составляет 15 млн. руб., средний срок его полезного использования – 12 лет.

5. Торговая организация имеет средний товарный запас 8 млн. руб. Годовой товарооборот составляет 420 млн. рублей. Определите время обращения товаров и количество оборотов, вложенных в товарный запас денежных средств за год.

6. Торговая компания имеет следующие показатели деятельности (таблица).

Таблица

Исходные данные для расчета

Показатели	Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3
Товарный запас на начало недели, ед	500	1500	2000
Продажа понедельник	70	300	300
Продажа вторник	60	250	320
Продажа среда	31	130	400
Продажа четверг	44	140	460
Продажа пятница (по данным прошлой недели)	60	350	560
Продажа суббота (по данным прошлой недели)	100	500	600
Товарный запас на конец недели	500	1400	2300

Поставка товаров осуществляется с Распределительного центра компании 1 раз в неделю, в субботу. Необходимо рассчитать заказ на поставку по каждому варианту

7. Торговое предприятие закупает товар по 130 руб., продает по 190 руб., в объеме 5000 штук в месяц. В следующем месяце поставщик сможет обеспечить только 3000 штук. На начало месяца остаток составил 200 штук. Другой поставщик предлагает тот же товар по цене 120 руб., но в в любом объеме. Определить экономию или перерасход получит торговое предприятие от заключения нового договора поставки, если традиционно в следующем месяце продажи падают на 25%.

8. План продаж оптового предприятия на следующий месяц составляет 560 млн. рублей, товарный остаток на начало месяца – 12 млн. рублей, неснижаемый остаток (норматив) – 15 млн. руб. Потери при обработке (норматив) – 2%. Рассчитать необходимые поступления, используя формулу товарного баланса

9. Определите размер посреднической надбавки в процентах к оптовой цене, если известно, что продукция реализуется в розничный магазин через оптового посредника по цене 18,7 руб. за единицу в количестве 120 шт. Издержки обращения оптового посредника составляют 328,8 руб. Рентабельность – 30% к издержкам обращения. Ставка НДС – 20%.

10. Определите размер валовой, товарной и реализованной продукции на основе данных: в отчетном периоде предприятие выпустило 500 единиц изделий А по цене 2,5 тыс.руб. и 800 единиц изделий Б по цене 3,2 тыс.руб. Стоимость услуг непромышленного характера, оказанных сторонним организациям, – 50 тыс.руб. Остаток незавершенного производства на начало года – 65 тыс.руб., на конец года – 45 тыс.руб. Остатки готовой продукции на складах на начало периода – 75 тыс.руб., на конец периода – 125 тыс. руб.\

11. Торговая сеть имеет 3 магазина. Магазины торговой сети работают в ежедневном – 350 млн. руб., 3-го – 320 млн. руб. Товарный запас на 1.10.20. составил, соответственно, 9, 10 и 9,5 млн. руб. Определите показатель скорости режиме. Товарооборот 1-го магазина за год составил 300 млн. руб., 2-го оборота по сети в целом.

12. Нарисуйте структуру управления блока закупки и продаж интегрированной торговой системы X5 Retail Group.

13. Инвестор планирует купить акцию торговой компании в январе 2020года. Прогнозируемый дивиденд в декабре этого же года составит 500 руб., рыночная цена акции прогнозируется в размере 12 500 руб. Процент капитализации составит 20% . Определить текущую стоимость акции (ТСА), по которой инвестор может купить акцию в начале года

14. Рассчитать сравнительную эффективность торговой сети А и торговой сети В, если имеется следующая информация

Торговая сеть А: годовой товарооборот 800 млн. руб., средняя реализованная наценка за год 50%, издержки обращения 150 млн. руб., количество магазинов 10, торговая площадь 1800 кв. метров Торговая сеть В: годовой товарооборот 900 млн. руб., средняя реализованная наценка за год 40%, издержки обращения 180 млн. руб., количество магазинов 9, торговая площадь 2000 кв. метров

15. Задача. Предприятие реализовало продукцию в отчетном квартале на 150000 руб. при средних остатках оборотных средств 40000руб. Определите ускорение оборачиваемости средств в днях в плановом квартале, если объем реализованной продукции возрастет на 20 %.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Поведение потребителей»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине 3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программой 5
III. Тематический план 6
IV. Содержание дисциплины 8
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 9
VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 18
VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 21

I. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Поведение потребителей» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

Изучение дисциплины «Поведение потребителей» ориентировано на получение обучающимися знаний в области базовых понятий, экономического содержания и представлений теории и практики поведения потребителей, формирование общей системы теоретических и концептуальных представлений о рыночном поведении потребителей в процессе принятии решения о покупке товаров.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06. «Торговое дело» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Б1.В.03.

Дисциплина изучается на 2 курсе во 3 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины - формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи дисциплины:

- изучение основных теорий потребительского поведения и способов выявления потребностей покупателей;
- изучение современных моделей анализа и факторов потребительского поведения;
- изучение факторов влияния внутренней среды на поведение потребителей;
- овладение методами анализа и прогнозирования спроса потребителей;
- приобретение навыков по формированию потребностей потребителей;
- овладение методами ситуационного влияния на качество торгового обслуживания потребителей;
- усвоение этапов процесса принятия потребителем решения о покупке;
- формирование практических навыков по моделированию поведения потребителей;

- приобретение навыков оценки удовлетворенности потребителей после покупки товара.

II. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММОЙ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Индикаторы достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК -3**	**ПК-3.1** Использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей	знает способы выявления потребностей покупателей товаров, модели анализа, факторы и теории потребительского поведения	умеет применять факторы влияния внутренней среды на поведение потребителей, анализировать и прогнозировать спрос потребителей	имеет практический опыт формирования спроса потребителей	Контактная работа: Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Доклад с презентацией Реферат Тест Самостоятельная работа
		ПК-3.2 Анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	знает этапы процесса принятия потребителем решения о покупке товара	умеет моделировать процессы поведения потребителей, решать профессиональные задачи в области развития программ лояльности для потребителей	имеет практический опыт применения стратегий убеждения и мотивации потребителей для стимулирования поведения потребителей	Контактная работа: Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Реферат Самостоятельная работа

III. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									я раб ота	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Основные теории потребительского поведения. Способы выявления потребностей покупателей	7	2	2	2						24	Семинар /5 Защита отчета по практикуму по решению задач №1/10 Защита отчета ситуационному практикуму №1/10 Доклады с презентацией /10
Тема 2. Факторы влияния на поведение потребителей Стратегии убеждения и мотивации потребителей	6	2	2	2						24	Семинар /5 Защита отчета по практикуму по решению задач №2/10 Защита отчета по ситуационному практикуму №2/10
Тема 3. Процесс принятия потребителями решения о покупке. Методы формирования спроса покупателей.	6	2	2	3						22	Семинар 5 Защита отчета по практикуму по решению задач №3/10 Защита отчета по ситуационному практикуму №3/10 Тест/10 Реферат/5

Всего:		**19**	**6**	**6**	**7**						**70**	**100**
Контроль, час		**-**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)		**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)		**3**										

IV. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основные теории потребительского поведения. Способы выявления потребностей покупателей

Объект и предмет дисциплины. Понятие «поведение потребителя». Поведение потребителей в современной концепции торговых услуг. Сущность покупательского поведения. Типы покупательского поведения.

Содержание основных понятий потребительского поведения: нужда, потребность, запрос, товар, рынок, спрос, предложение.

Модели анализа покупательского поведения. Анализ теорий потребительского поведения. Методы изучения поведения потребителей.

Сегментирование рынка и удовлетворение потребностей. Цели сегментирования. Целевой рынок. Целевой сегмент. Роль социальных классов в рыночном сегментировании.

Критерии сегментирования. Методы сегментирования. Стратегии охвата рынка. Позиционирование. Рыночное позиционирование: цели, задачи, концепции. Рыночная ниша.

Тема 2. Факторы влияния на поведение потребителей. Стратегии убеждения и мотивации потребителей

Классификация факторов потребительского поведения. Факторы внутреннего влияния на потребителя: жизненный стиль, эмоции, личность, мотивация, обучение, восприятие. Личность, ценности и стили жизни потребителя. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей: культура, ценности, демография, социальный статус, референтные группы, домохозяйства. Групповое влияние на потребителей. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя. Домохозяйство и семья как основная единица потребления. Жизненный цикл домохозяйства. Культура общества как основной фактор макровлияния на потребительское поведение.

Модели коммуникации с потребителями. Типы коммуникации с потребителями. Маркетинговые коммуникации во взаимодействии с потребителями. Модели поведения потребителей.

Тема 3. Процесс принятия потребителями решения о покупке. Методы формирования спроса покупателей.

Характеристика процесса принятия потребителем решения о покупке.

Сущность и варианты потребительского выбора. Этапы процесса потребительского решения.

Оценка и выбор потребителем покупательского решения. Покупочные намерения и типы покупок. Запланированные и

незапланированные покупки. Варианты оценки удовлетворенности потребителей.

Моделирование процессов поведения потребителей. Поведение потребителя после покупки. Маркетинговые цели управления послепокупочным процессом.

Влияние ситуации. Источники покупки и их выбор: характеристики покупателя, характеристики самого источника. Внутримагазинные факторы покупки.

Влияние технологий продаж на покупательское поведение. Стратегии убеждения.

Управление отношениями с покупателями. Развитие потребительской лояльности для удержания традиционных покупателей и привлечения новых клиентов. Характеристика видов лояльности. Пирамида лояльности. Программы лояльности.

Методы повышения лояльности. Мотивация потребителей. Стимулирование сбыта. Классификация и актуализация стимулов.

Процесс обработки информации. Автоматизированный анализ клиентского поведения.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Поведение потребителей» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы,

дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Порядок проведения семинара:

1) предоставление перечня вопросов, подлежащих рассмотрению на семинаре, а также перечня информационных источников, рекомендуемых для изучения рассматриваемых вопросов;

2) распределение заданий (темы докладов и сообщений);

3) выступление обучающихся по подготовленным темам;
4) обсуждение темы сообщения (дискуссия);
5) подведение итогов семинара и оценивание работы обучающихся как выступавших, так и принимавших участие в дискуссии.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения решения задач необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов по решению задач

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Порядок проведения практикума по решению задач

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

Выполнение заданий практикума.

1. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
2. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические рекомендации по проведению ситуационного практикума.

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, цель которого состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и устного изложения собственных мыслей.

Ситуационный практикум должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках курса, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Элементы содержания ситуационного практикума:

1. Выделение основной проблемы;
2. Краткая формулировка собственного взгляда, видения проблемы;
3. Анализ различных научных взглядов психологов, социологов, политиков, писателей и др. на данную проблемы;
4. Авторский вывод из приведенных суждений (авторская позиция).

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их

на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность

подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Для успешной работы над докладом следует выполнить следующее: серьезно отнестись к выбору темы, освоить навыки подбора литературы, методы работы с источниками.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Управление продажами» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время

занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Реферат

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Методические рекомендации для обучающихся по подготовке к тестированию

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов. Тестовые задания могут быть следующих типов:

1. Закрытое тестовое задание
2. Открытое тестовое задание
3. Тестовое задание на установление соответствия
4. Тестовое задание на установление правильной последовательности
5. Компетентностное задание

При подготовке к тестированию студенту необходимо:

а) готовясь к тестированию, проработать информационный материал по дисциплине. Проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;

б) четко выяснить все условия тестирования заранее. Студент должен знать, сколько тестов ему будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.;

в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочитать вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выбрать правильные ответы - их может быть несколько. На отдельном листке ответов выписать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволит максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант;

д) если студент встретил чрезвычайно трудный для него вопрос, нет необходимости тратить много времени на него – надо переходить к другим тестам и вернуться к трудному вопросу в конце;

е) обязательно оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Основные теории потребительского поведения. Способы выявления потребностей покупателей	Поведение потребителей в современной концепции торговых услуг. Сущность покупательского поведения. Типы покупательского поведения.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка доклада с презентацией	Дискуссия на семинаре Отчет по практикуму по решению задач/ Ситуационный практикум Доклад с презентацией
Тема 2. Факторы влияния на поведение потребителей Стратегии убеждения и мотивации потребителей	Групповое влияние на потребителей. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя. Домохозяйство и семья как основная единица потребления.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач	Дискуссия на семинаре Отчет по практикуму по решению задач/ Ситуационный практикум

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
		Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка к тестированию	
Тема 3. Процесс принятия потребителями решения о покупке. Методы формирования спроса покупателей.	Сущность и варианты потребительского выбора. Этапы процесса потребительского решения. Покупочные намерения и типы покупок. Внутримагазинные факторы покупки. Характеристика видов лояльности.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка к тестированию Подготовка реферата.	Дискуссия на семинаре Отчет по практикуму по решению задач/ Ситуационный практикум Тест Реферат.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Меликян, О.М. Поведение потребителей : учебник / О. М. Меликян. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 280 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112324

Дополнительная литература:

2. Дубровин, И. А. Поведение потребителей : учебное пособие / И. А. Дубровин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 312 с. : ил – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112216

3. Поведение потребителей : учебное пособие / под ред. Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 238 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117714

4. Семилетова, Я. И. Поведение потребителей : учебное пособие / Я. И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 81 с. : схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494824

Законодательные акты:

1. Конституция Российской Федерации. – М. 1993.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации, ч.1 и 2.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации, ч. 1.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации.

Нормативно-правовые документы:

1. Федеральный закон от 28.12.2009 года № 381-ФЗ «Об основах
2. государственного регулирования торговой деятельности в РФ». http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/
3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего
4. предпринимательства в РФ» от 24.07.07. № 209-ФЗ. https://base.garant.ru/12154854/
5. Федеральный закон от15.02.1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. от 23.11. 2009 г. N 261-ФЗ).
6. Федеральный Закон от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (с изм и допол.).

7. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51303 – 2013. Торговля. Термины и определения

8. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли».

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Технологии эффективных продаж.	http://eto-prodazhi.ru/
2.	Ритейлер и поставщик	https://www.retail.ru/
3.	Мерчендайзинг и продажи	https://merchendajzer.ru/
4.	Электронная библиотека –средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
5.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
6.	РосБизнес Консалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)	http://www.rbc.ru
7	Деловая пресса	http://www.businesspress.ru
8.	Новости и технологии торгового бизнеса.	http://www.torgrus.ru
9.	Официальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ	http://minpromtorg.gov.ru/
10	Официальный сайт Департамента торговли и услуг г. Москвы	http:www.dtu.mos.ru
11.	Центр профессиональных коммуникаций	http://www.profcomm.org

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro - АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2 - АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13- АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16 - АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 25-49 Node 1 year Educational License – АКТ предоставления прав №Tr008692 от 02.02.2018;

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/ Договор №131-05/17 от 15.05.2017г. (срок действия 01.06.2017-31.08.2018)

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» http://www.ict.edu.ru.

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Портал Федеральных государственных образовательных

стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/

VII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
	Семинар (дискуссия)	«5-4» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; «3-2» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 3-2 выступлений, ответы построены в основном логично и обосновано, но точка зрения не достаточно аргументирована «2-1» – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.
	Практикум по решению задач	Распределение баллов в зависимости от решения количества и сложности задач – от 1 до 10 баллов. Отчет по практикуму 10-9 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 8-5 – практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 4-1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки, не все задания решены. 0 - практикум не выполнен.
	Ситуационный практикум	10-8 баллов – участники мини- группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 7-5 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 4-2 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии принимали не слишком активное 1 балла - участники мини- группы, не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии не принимали участие

	Доклад с презентацией	«10-9» – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование коммерческой терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «8-7» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование терминологии дисциплины и изложение проблематики, докладчик частично правильно ответил на вопросы; «6-5» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, докладчик был «привязан» к тексту и испытывал затруднения при ответах на задаваемые вопросы; «4-3» – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование и, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик был «привязан» к тексту, частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «2-1» – некорректное оформление либо отсутствие презентации, докладчик не смог ответить на задаваемые вопросы.
	Тест	Распределение баллов в зависимости от решения количества и сложности тестовых заданий – от 1 до 10 баллов.
	Реферат	5-4 – грамотное использование компьютерной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 3-2 – грамотное использование компьютерной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 1 – грамотное использование компьютерной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к теме 1. Основные теории потребительского поведения. Способы выявления потребностей покупателей

Вопросы к семинару

1. Поведение потребителей в современной концепции торговых услуг.
2. Сущность и факторы покупательского поведения.
3. Модели анализа покупательского поведения.
4. Воздействие на потребителя: социальная законность и этика.
5. Основные принципы понимания потребителя.
6. Анализ теорий потребительского поведения.
7. Факторы, повышающие актуальность работы с потребителями.
8. Современные изменения в теориях потребительского поведения.
9. Сегментирование рынка и удовлетворение потребностей.
10. Этапы сегментации и модели поведения потребителей.
11. Подходы к определению методов сегментирования.

Практикум по решению задач

Задание 1. Расчёт оптимального объёма потребления двух благ.
В таблице представлены следующие данные о предельной полезности двух благ.

Количество, кг	**Конд. изделия**	**Фрукты**
1	60	150
2	40	120
3	20	90

Цена 1 кг конд. изделий 80 руб., а цена 1 кг фруктов 160 руб. Бюджет потребителя составляет 400 руб.
Определить оптимальный объём потребления кондитерских изделий и фруктов.

Задание 2. Нарисуйте блок-схему ассоциативной сети для своего товара. В ней должно быть, как минимум 20 элементов (образов, единиц информации). Выделите одну ассоциативную связь, которую можно эффективно использовать при позиционировании и продвижении товара.

Ситуационный практикум по теме 1.

Пользуясь дополнительными источниками информации, из реальной деловой практики подберите примеры новых товаров/услуг (не менее 3). Проведите анализ новинок с точки зрения успешности их распространения на рынке. Выделите факторы, способствующие / препятствующие успеху новинок. Результаты обобщите, оформите в виде таблицы.

Название (торговая марка, бренд)	Товарная категория /категория услуг	Концепт новизны	Причины неудачи / предпосылки успеха

Примерные темы докладов с презентациями к теме 1

1. Потребности как предпосылки производства. Содержание поведения потребителей.
2. Содержание поведения потребителей. Направления изучения потребителей.
3. Эволюция теорий поведения потребителей.
4. Поведение потребителей и маркетинг: взаимосвязь областей знаний.
5. Роль поведения потребителей в принятии маркетинговых решений.
6. Коммуникационный процесс и изменение отношений (установок): источник послания, выбор средства коммуникации, способы конструирования сообщения и выбор аргументации.
7. Потребительская ориентация организации
8. Изучение потребителя на различных этапах развития маркетинга.
9. Социальная стратификация потребителей.
10. Подходы к моделированию поведения потребителей.
11. Типология покупательских решений.
12. Сущность мотивации потребителя.
13. Теории мотивации.
14. Ресурсы потребителей. Распределение ресурсов в потребительском поведении.
15. Стиль и образ жизни потребителей. Методы описания жизненных стилей AIO и VALS.

Типовые задания к теме 2. Факторы влияния на поведение потребителей. Стратегии убеждения и мотивации потребителей

Вопросы к семинару

1. Формирование потребностей потребителей через культурные ценности общества.
2. Культура: значение, понятие, характеристики культуры.
3. Кросс–культурные маркетинговые стратегии.
4. Классификация факторов внешнего влияния на поведение потребителей: конъюнктура товарного рынка, маркетинговая информация.
5. Домохозяйство и семья как первичный внешний фактор поведения потребителя.
6. Домохозяйство и семья как основная единица потребления: основные характеристики и жизненный цикл домохозяйства.

7. Домохозяйство как основная среда формирования будущего потребителя в процессе потребительской социализации.

8. Потребительская социализация как процесс усвоения потребителем социального опыта

9. Социальная стратегия общества

10. Социальная стратификация общества и природа социального класса

Практикум по решению задач.

Задание 1

Представьте, что возникла необходимость глубже изучить мотивы и отношение потребителей к выбранному товару.

Составьте список из 10 тестовых слов (выражений) для реализации метода словарной ассоциации и три фразы для реализации метода завершения предложения. Обоснуйте выбор данных слов и фраз. Как можно конкретнее опишите, что Вы сможете узнать при использовании описанных методов проецирования.

Задание 2

Найти среднюю стоимость заказа (средний чек)

Средний чек – это простой, но очень важный финансовый показатель. Если в интернет-магазине продаются и товары VIP-категории и дешевые заказы, показатель будет сильно усреднен.

Данное задание применимо для примера, если большинство примерно одной ценовой категории.

Показатель средней стоимости позволяет отследить динамику продаж, понять, в какие дни или месяцы люди покупают больше, и в связи с этим настраивать рекламные кампании с учетом ценовых предпочтений посетителей.

Средний чек = Общая стоимость всех товаров / общее количество заказов за период

Исходные условия: выручка 1000000, клиентов: 250

Ситуационный практикум

Задание 1

Проанализируйте убеждающие приемы в рекламе. Установите преобладающий метод убеждения и закономерности в построении обращений в зависимости от аудитории, на которую оно направлено и особенностей рекламируемого товара. Сделайте выводы.

Задание 2

Два покупателя – студент и снабженец полиграфического предприятия - приобретают компьютер и принтер. Первый приобретает технику для себя, второй – для предприятия, на котором она используется для

дизайнерских работ. Проанализируйте возможные отличия в поведении покупателя-студента и покупателя-снабженца, ответив на следующие вопросы:

а) В силу каких причин может возникнуть потребность в данном товаре у обоих?
б) Какие источники информации, необходимые для правильного выбора товара, будут использовать эти покупатели?
в) Какими критериями, скорее всего, будут руководствоваться данные покупатели при выборе модели товара и при выборе поставщика (магазина)?
г) Как вы считаете, у кого из покупателей выбор может оказаться больше?

Типовые задания к теме 3. Процесс принятия потребителями решения о покупке. Методы формирования спроса покупателей.

Вопросы к семинару.

1. Поиск информации при принятии решений и оценка рисков.
2. Процесс принятия решений потребителем. Основные этапы и типы процесса принятия решений.
3. Процесс покупки. Принятие решений в магазине.
4. Оценка покупки потребителем. Реакции удовлетворенности – неудовлетворенности.
5. Процессы после покупки: потребление и избавление.
6. Методы исследования мотивации потребителей.
7. Социальное влияние и конформизм.
8. Цена как фактор потребления.
9. Теория Мотивации З.Фрейда и ее практическое применение.
10. Теория мотивации А.Маслоу и ее практическое применение.

Практикум по решению задач.

Задание 1

Определение индекса лояльности потребителей.

Разработайте анкету с вопросами. В зависимости от ответов покупателей (можно, предполагаемых), их в первую очередь нужно разделить на три следующие группы:

1. Сторонники (клиенты с оценкой 9-10).
2. Нейтральные потребители (клиенты с оценкой 7-8).
3. Критики (клиенты с оценкой 0-6).

NPS компании = (% сторонников – % критиков) х 100%.

Условие. В результате опроса 70% клиентов поставили оценку 9 или 10, а 10% – 1-6. Определите NPS.

Ситуационный практикум.

Задание 1. Приведите примеры, подтверждающие использование различных методов воздействия на потребителя в рекламе, используя таблицу.

№ п\п	Методы рекламного воздействия	Характеристика методов	Примеры
1	Утвердительные высказывания	Реклама строится на бездоказательных утверждениях	
2	Выборочный подбор информации	Данный метод подразумевает использование подборки позитивных фактов, касающихся компании или ее товара	
3	Использование слоганов	Слоган должен хорошо запоминаться и по возможности рифмоваться с торговой маркой или именем фирмы	
4	Концентрация на нескольких чертах или особенностях	Рекламное воздействие ограничено по времени, поэтому акцент делается только на нескольких характеристиках товара	
5	Концентрация на потенциальной экономии	Данный метод может быть использован при обращении к аудитории, которая чувствительна к цене товара	
6	Дополнительные свидетельства	Авторитетное подтверждение рекламной информации значительно повышает воздействие рекламы	
7	Сравнение	Метод основывается на логике, фактах, процентах и соотношениях.	

Примерные темы рефератов:

1. Обработка информации для принятия решения о покупке.
2. Информационный поиск в потребительском решении: значение и характеристики.
3. Оценочные критерии в потребительском решении.
4. Осознание потребности и потребительское решение.
5. Выбор альтернатив, покупка и оценка покупки.
6. Формирование и измерение знания потребителя о продукте, его покупке и использовании.
7. Компоненты отношения потребителей к продукту, их взаимосвязь и значение в маркетинговых решениях.
8. Отношение потребителей к продукту, производителю, продавцу и методы его измерения.
9. Мультиатрибутивные модели отношения потребителей к продукту.

10. Изменение отношения потребителя к продукту по аффективному, поведенческому и когнитивному компонентам.

Примерные тесты

1. Классическая модель потребительского поведения, предложенная Ф.Котлером, — это…

а) «побуждение — реакция»
б) «решение о покупке»
в) «черный ящик сознания»
г) «свойства потребителя»

2. В процессе принятия решения о покупке в сфере потребительских товаров, субъекту рынка следует выяснить, какие именно ощутимые нужды или проблемы возникли, чем вызвано их возникновение, каким образом вывели они человека на конкретный товар, на этапе…

а) поиска информации
б) осознания проблемы
в) принятия решения
г) реакции на покупку

3.Постройте последовательность процесса конкретизации потребности:
1- нужда; 2- желание; 3 -потребность; 4- покупка; 5- спрос:

4. Проверьте верность соответствия видов целевой аудитории их характеристикам.

1.Первичная целевая аудитория	влияет на принимаемое решение существенным образом и может являться его потребителем, хотя не покупает самостоятельно.
2.Вторичная целевая аудитория	принимает непосредственное решение о покупке, хотя может не являться её реальным потребителем. Например, субъект бизнеса, который покупает товар для его последующей перепродажи.

5. Группа, ценностные представления и поведение которой индивид не приемлет называется…

а) нежелательный коллектив
б) членский коллектив
в) референтная группа
г) социальный класс

6.Спрос потребителей формируется под воздействием следующих

факторов… :
а) объем производства
б) коллективное мнение
в) доход домашних хозяйств
г) уровень цен.

7.Период, в течение которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению – это ..

8.Убедительность рекламного обращения зависит от приведенных в нем доводов. Каждому из типов доводов соответствует свой пример. Установите соответствие.
1) контролируемые доводы
2) верифицируемые доводы
3) неверифицируемые доводы
A) мы инвестировали в разработку 1 млн. $
B) в нашем ресторане прекрасная кухня
C) наши продукты не содержат холестерина

9. Постройте последовательность факторов (от сильного влияния к слабому), под воздействием которых формируется спрос потребителей:
1) реклама
2) коллективное мнение
3) доход домашних хозяйств
4) уровень цен.

10. По результатам исследований установлено, что среди семей, получивших рекламный купон, попробовали товар 20%, из тех, кто не имел купонов — 10%. Уровень повторности у покупателей без льготных купонов был значительно выше. Чем это можно объяснить? Опровергает ли данный факт положение, что рекламные купоны стимулируют продажи.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Поведение потребителей» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине «Поведение потребителей» проводится в форме экзамена.

Задания 1-го типа

1. Охарактеризуйте способы выявления потребностей покупателей товаров.
2. Опишите модель поведения потребителей Ф. Котлера, Г. Армстронга, Дж. Сондорса и В. Вонг.
3. Раскройте содержание основных понятий потребительского поведения: нужда, потребность, запрос, товар, рынок, спрос, предложение.
4. Охарактеризуйте факторы внешнего влияния на поведение потребителей: культура, ценности, демография, социальный статус, референтные группы, домохозяйства.
5. Концепция жизненного стиля в описании потребительского поведения.
6. Назовите стратегии охвата рынка в процессе сегментации.
7. Назовите этапы процесса принятия потребителем решения о покупке.
8. В чем сущность моделирования процессов поведения потребителей.
9. Охарактеризуйте этапы процесса принятия решения о покупке.
10. Охарактеризуйте распределение ролей в закупочном центре потребителя.
11. Опишите способы решения проблем, стоящих перед потребителями.
12. Опишите способы активизации потребностей.
13. Охарактеризуйте потребности фактического и желаемого состояния.
14. Охарактеризуйте оценочные критерии потребителей. Опишите сущность значимых оценочных критериев.
15. Охарактеризуйте процесс формирования набора альтернатив.
16. Опишите типы мотивов посещения покупателями магазинов.
17. Опишите сущность процесса потребления.
18. Гендерные особенности потребительского поведения
19. Охарактеризуйте понятие послепокупочного диссонанса и факторы, влияющие на него.
20. Приведите классификацию типов покупателей.
21. Что такое программы лояльности для потребителей.
22. В чем выражается удовлетворенность потребителей.

23. Охарактеризуйте стратегии убеждения потребителей.

24. Какие методы стимулирования поведения потребителей вы знаете.

25. Приведите классификацию типов позиционирования товаров в зависимости от установок потребителей.

Задания 2-го типа

1. В чем заключаются отличия между сегментированием и позиционированием. Поясните на примере.
2. Приведите примеры способов выявления потребностей покупателей товаров.
3. В чем заключаются методы анализа потребительского поведения?
4. В чем заключаются отличия между факторами влияния внутренней и внешней среды на поведение потребителей. Поясните на примере.
5. В чем заключаются отличия между мотивацией и самовосприятием потребителя. Поясните на примере.
6. В какой зависимости находятся персональные ценности потребителя и количество продаж. Поясните на примере.
7. В чем заключаются отличия между объемом спроса и потребительским решением. Поясните на примере.
8. Приведите примеры типов коммуникаций. Каковы критерии их классификации?
9. В чем заключаются отличия между изучением и прогнозированием спроса потребителя. Поясните на примере.
10. Приведите примеры стратегий, основанных на последовательности потребительских решений.
11. В чем заключаются приемы формирования потребностей потребителя?
12. Два покупателя – студент и снабженец полиграфического предприятия - приобретают компьютер и принтер. Первый приобретает технику для себя, второй – для предприятия, на котором она используется для дизайнерских работ. Проанализируйте возможные отличия в поведении покупателя-студента и покупателя-снабженца, ответив на следующие вопросы:

д) В силу каких причин может возникнуть потребность в данном товаре у обоих?

е) Какие источники информации, необходимые для правильного выбора товара, будут использовать эти покупатели?

ж) Какими критериями, скорее всего, будут руководствоваться данные покупатели при выборе модели товара и при выборе поставщика (магазина)?

з) Как вы считаете, у кого из покупателей выбор может оказаться больше?

и) Какие факторы могут оказать влияние на каждого конкретного покупателя в процессе принятия им решения о покупке?

13.С целью диагностики процесса принятия решения о покупке разработайте анкету. Вопросы должны позволить Вам измерить следующие основные аспекты поведения потребителя:

а) мотивацию и осознание потребности;
б) поиск информации;
в) предпокупочную оценку вариантов;
г) покупку;
д) оценку результата покупки.

14.Проведите опрос потребителя по поводу его покупок в двух различных категориях товаров / услуг. На основе полученной информации сделайте заключение о типе покупательского решения и степени заинтересованности в каждом случае.

15.Проанализируйте убеждающие приемы в рекламе. Установите преобладающий метод убеждения и закономерности в построении обращений в зависимости от аудитории, на которую оно направлено и особенностей рекламируемого товара. Сделайте выводы.

16.Обоснуйте, какие из рекламных обращений по продажам в инстаграмм более убедительны и почему. Проранжируйте рекламные ролики по количеству просмотров.

17.Для чего применяются программы потребительской лояльности. Приведите примеры программ лояльности.

18.Приведите примеры стратегий убеждения потребителей.

19.Приведите примеры форм стимулирования поведения потребителей.

20.Приведите примеры познавательных и эмоциональных реакции потребителей.

21.Приведите примеры стимулирования продаж потребителей.

22.Пользуясь дополнительными источниками информации, из реальной деловой практики подберите примеры новых товаров/услуг (2-3 примера). Проведите анализ новинок с точки зрения успешности их распространения на рынке. Выделите факторы, способствующие / препятствующие успеху новинок. Результаты обобщите, оформите в виде таблицы.

Название (торговая марка, бренд)	Товарная категория /категория услуг	Концепт новизны	Причины неудачи / предпосылки успеха

23. В чем заключаются отличия между удовлетворенностью и лояльностью потребителей. Поясните на примере.

24. Согласно исследованиям Гилберта, детерминант социального класса девять и их можно подразделить на экономические, политические и переменные взаимодействия. К какой группе относится

классовое сознание – степень осведомленности людей определенного класса о себе как об отличной от других группе? Обоснуйте ответ.

25. В чем заключаются отличия моделирования процессов поведения потребителей от прогнозирования процессов поведения потребителей. Поясните на примере.

Задания 3-го типа

Задание № 1.

По результатам исследований установлено, что среди семей, получивших рекламный купон, попробовали товар 20%, из тех, кто не имел купонов — 10%. Уровень повторности у покупателей без льготных купонов был значительно выше. Чем это можно объяснить? Опровергает ли данный факт положение, что рекламные купоны стимулируют продажи?

Задание № 2.

Потребитель расходует 2000 руб. в неделю на покупку товаров А и В.

	Цена (руб.)	Кол-во покупаемых единиц товаров	Общая полезность	Предельная полезность
А	70	20	500	20
В	50	12	1000	30

Объясните, как должен поступать потребитель, чтобы максимизировать получаемую полезность при данном бюджете.

Задание № 3.

Приведите примеры, подтверждающие использование различных методов воздействия на потребителя в рекламе, используя таблицу.

Таблица. Методы рекламного воздействия

№ п\п	Методы рекламного воздействия	Характеристика методов	Примеры
1	Утвердительные высказывания	Реклама строится на бездоказательных утверждениях	
2	Выборочный подбор информации	Данный метод подразумевает использование подборки позитивных фактов, касающихся компании или ее товара	
3	Использование слоганов	Слоган должен хорошо запоминаться и по возможности рифмоваться с торговой маркой или именем фирмы	
4	Концентрация на нескольких чертах или особенностях	Рекламное воздействие ограничено по времени, поэтому акцент делается только на нескольких характеристиках товара	
5	Концентрация на	Данный метод может быть использован	

	потенциальной экономии	при обращении к аудитории, которая чувствительна к цене товара	
6	Дополнительные свидетельства	Авторитетное подтверждение рекламной информации значительно повышает воздействие рекламы	
7	Сравнение	Метод основывается на логике, фактах, процентах и соотношениях.	

Задание № 4.

Стратегия стимулирования потребителей

Условие. Компания в минувшем году имела валовую прибыль (П1) 14,2 млн. руб. В текущем году, с изменением стратегии компании, валовая прибыль (П2) выросла на 10%. Общая сумма затрат на стимулирование продаж (З) составила 432 000 руб.

Задание: посчитать годовой экономический эффект (ЭГ) от новой стратегии компании и рентабельность затрат (Р) на проведение стимулирование продаж.

Задание № 5.

Опишите, с помощью каких приемов, реклама пытается убедить потребителя в преимуществах предлагаемого товара (чувства, интерес, драматизация сюжета, желание нравиться или быть похожим на кого-то, визуальное представление товара и проч.) После анализа убеждающих приемов установите:

– преобладающий метод убеждения потребителей;

– закономерности в построении обращений в зависимости от аудитории, на которую оно направлено и особенностей рекламируемого товара.

Задание № 6.

Найти среднюю стоимость заказа (средний чек)

Средний чек – это простой, но очень важный финансовый показатель. Если в интернет-магазине продаются и товары VIP-категории и дешевые заказы, показатель будет сильно усреднен.

Данное задание применимо для примера, если большинство примерно одной ценовой категории.

Показатель средней стоимости позволяет отследить динамику продаж, понять, в какие дни или месяцы люди покупают больше, и в связи с этим настраивать рекламные кампании с учетом ценовых предпочтений посетителей.

Средний чек = Общая стоимость всех товаров / общее количество заказов за период

Исходные условия: выручка 1000000, клиентов: 250

Задание № 7.

Рассчитать эффективность от проведения рекламной коммуникации с потребителями фирмы по реализации продовольственных товаров.
Исходные данные:

Показатели	Единица измерения	Величина показателя
Среднедневной объем выручки до рекламного периода	тыс. руб.	675,3
Относительный процент прироста среднедневной выручки	%	1,7
Количество дней учета объема выручки в рекламный период	дни	140
Прибыль на один рубль реализации продукции	руб.	0,18
Затраты на рекламу	тыс. руб.	86,9

Задание № 8.

Нарисуйте блок-схему ассоциативной сети для своего товара. В ней должно быть как минимум 20 элементов (образов, единиц информации). Выделите одну ассоциативную связь, которую можно эффективно использовать при позиционировании и продвижении товара.

Задание № 9.

Представьте, что возникла необходимость глубже изучить мотивы и отношение потребителей к выбранному товару.

Составьте список из 10 тестовых слов (выражений) для реализации метода словарной ассоциации и три фразы для реализации метода завершения предложения. Обоснуйте выбор данных слов и фраз. Как можно конкретнее опишите, что Вы сможете узнать при использовании описанных методов проецирования.

Задание № 10. Определение индекса лояльности потребителей.

Разработайте анкету с вопросами. В зависимости от ответов покупателей (можно, предполагаемых), их в первую очередь нужно разделить на три следующие группы:

4. Сторонники (клиенты с оценкой 9-10).
5. Нейтральные потребители (клиенты с оценкой 7-8).
6. Критики (клиенты с оценкой 0-6).

Определение индекса лояльности клиентов NPS (Net Promoter Score).
NPS компании = (% сторонников – % критиков) х 100%.
Условие. В результате опроса 70% клиентов поставили оценку 9 или 10, а 10% – 1-6, результат будет составлять (70% – 10%) х 100 = 60. Определите NPS.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Управление ассортиментом»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине..... ...**Ошибка! Закладка не определена.**

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

III. Тематический план 7

IV. Содержание дисциплины 9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**0

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 17

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине..... 19

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Управление ассортиментом» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 963.

Дисциплина «Управление ассортиментом» дает ответы на вопросы о том, каковы цели и задачи управления ассортиментом товаров, на каких принципах базируется деятельность в данной сфере, рассмотрена стратегическая роль ассортимента товаров, стратегии и метолы управления ассортиментом потребительских товаров, ассортиментная и ценовая политика розничного торгового предприятия, аналитические основы и инструменты управления товарным ассортиментом, формирование эффективной структуры торгового ассортимента товаров в сфере розничной торговли, философия и концепция категорийного менеджмента, выделение и формирование категорий в товарном ассортименте, методы управления категориями товаров.

Успешное освоение дисциплины призвано развить у студентов основы коммерческого мышления, поискового умонастроения, предпринимательской интуиции и инициативы.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Управление ассортиментом» является теоретическая и практическая подготовка обучающихся в области управления ассортиментом, формированию у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для профессиональной деятельности в сфере оптовой и розничной торговли.

Задачи дисциплины:

- овладеть основными понятиями в области управления ассортиментом потребительских товаров;
- изучить цели, задачи, принципы и объекты управления ассортиментом товаров;
- овладеть статистическими методами оценки и прогнозирования ассортимента торгового предприятия;

- усвоить понятие категорийный менеджмент, правила его внедрения в управление различными предприятием торговли;
- изучить модели и методы управления ассортиментом потребительских товаров;
- освоить методологию управления ассортиментом товаров.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.1** Использует инструменты и методы управления коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедряет современные технологии продаж	Знает современные методы и инструменты управления ассортиментом товаром торгового предприятия	Умеет использовать современные технологии при анализе ассортимента торгового предприятия	имеет практический опыт анализа и формирования ассортимента товаров и товарных запасов торгового предприятия	<u>Контактная работа:</u> Лекции Семинар Лабораторный практикум Ситуационный практикум Практикум по решению задач <u>Самостоятельная работа</u> Конспект
		ПК-1.3 Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	Знает основные понятия, цели, задачи, принципы формирования торгового ассортимента товаров	Умеет решать профессиональные задачи по совершенствованию и управлению ассортиментом товаров	иметь практический опыт в решении профессиональных задач, используя аналитические методы для оценки основных показателей ассортимента торгового предприятия	

III. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины	4	2								8	Семинар № 1 / 6
Тема 2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия	8	2	4	2						8	Семинар № 2 / 6 Практикум по решению задач № 1 / 6 Практикум по решению задач № 2 / 6 Ситуационный практикум № 1 / 7
Тема 3. Аналитические основы управления товарным ассортиментом	8	2	4	2						12	Семинар № 3 / 6 Практикум по решению задач № 3 / 6 Практикум по решению задач № 4 / 6 Ситуационный практикум № 2 / 7
Тема 4. Формирование эффективной структуры ассортимента товаров в сфере торговли	8	2	4	4						10	Семинар № 4 / 6 Практикум по решению задач № 5 / 6 Практикум по решению задач № 6 / 6 Ситуационный практикум № 3 / 7 Ситуационный практикум № 4 / 7

Тема 5. Основы категорийного менеджмента	4	2		2						6	Семинар № 5 / 6 Ситуационный практикум № 5 / 6
Всего:	**32**	**10**	**12**	**10**						**44**	**100**
Контроль, час											**зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины

Основные понятия в области управления ассортиментом товаров. Цели, задачи, предмет управления ассортиментом товаров. Межпредметные связи курса с другими учебными дисциплинами. Структура учебной дисциплины. Принципы управления ассортиментом товаров: безопасность, эффективность, совместимость, взаимозаменяемость, систематизация и соответствия. Объекты и предмет управления ассортиментом товаров.

Тема 2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия

Теория управления ассортиментом товаров. Стратегическая роль ассортимента товаров. Эволюция управления ассортиментом товаров в местах продажи. Стратегии и методы управления ассортиментом товаров. Этапы формирования ассортимента в розничном торговом предприятии. Стратегия и тактика управления ассортиментом. Ассортиментная политика розничного торгового предприятия. Ценовая политика розничного торгового предприятия. Основные факторы, влияющие на формирование товарного ассортимента. Критерии отбора товаров с целью включения их в ассортимент. Концепция ориентации на ЖЦТ. Концепция портфолио-анализа. Учет потребительских тенденций. Учет тенденций товарных рынков.

Тема 3. Аналитические основы управления товарным ассортиментом

Структура ассортимента розничной торговой организации. Процесс управления товарным ассортиментом. Выявление потребности в товарах. АВС-анализ. Методика стратификации множества элементов по категорийному принципу. XYZ-анализ. Совмещенный АВС- и XYZ-анализ. Анализ портфеля товарных марок и методы оптимизации ассортиментного перечня товаров. Наполнение товарного портфеля. Распространение товарного портфеля. Модернизация товарного портфеля. Элиминирование товарного портфеля. Выделение товарной группы в товарном портфеле. Ценообразование внутри товарного портфеля

Тема 4. Формирование эффективной структуры ассортимента товаров в сфере торговли

Формирование эффективной структуры торгового ассортимента товаров в сфере розничной торговли (на примере продовольственных/непродовольственных товаров. Группировка товарных групп по параметру «товарооборот». Группировка товарных групп по параметру «частотность продаж». Группировка товарных групп по параметру «товарооборот-частотность продаж». Группировка товарных групп в товарные категории. Общие выводы по практике применения

концепции товарного баланса в деятельности по управлению ассортиментом товаров. Метод по управлению ассортиментом товаров в практике торговых сетей «Ассортиментная матрица».

Тема 5. Основы категорийного менеджмента

Введение в категорийный менеджмент. Концепция управления категориями товаров (CM – Category Management). Философия категорийного менеджмента. Особенности внедрения категорийного менеджмента. Процесс категорийного менеджмента. Специфика процесса управления в категорийном менеджменте. Организационная концепция категорийного менеджмента

Выделение категорий в товарном ассортименте. Структурирование ассортимента. Формирование категорий в ассортименте. Определение структуры ассортимента. Балансировка ассортимента по широте. Балансировка ассортимента по глубине. Корректировка цен на товары внутри категории. Распределение торговых площадей между категориями. Методика эффективного отклика на запросы клиентов. Концепция товарного баланса.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Управление ассортиментом» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, ситуационные практикумы, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя. направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций студентам рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии воспроизвести изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с указанной основной и дополнительной литературой, подготовиться к зачету.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. Способствуют формированию умения самостоятельного поиска, обобщения и анализа информации, навыков выступать, мыслить логически, аргументировано излагать сою точку зрения по обсуждаемому вопросу, критически оценивать выступления остальных участников, развивать культуру ведения дискуссии.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии на семинаре

Дискуссия – целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии – обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего

поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач ориентирован на выполнение обучаемыми набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Порядок проведения практикума:

1) постановка целей и задач работы;

2) информирование о порядке проведения занятия и критериях оценки результатов работы;

3) краткая характеристика, анализ структуры и содержания источника;

4) выдача заданий и определение необходимого времени для их решения;

5) информирование о требованиях к оформлению и форме представления результатов;

6) решение типового примера и разъяснение методики решения типовых задач;

7) выполнение работы и проверка преподавателем готовности обучаемых;

8) демонстрация результатов выполнения работы и разбор и устранение ошибок. В случае необходимости, объясняется решение задач преподавателем либо студентом (под контролем преподавателя), успешно решившим данные задачи.

9) подведение итогов практического занятия и оформление оценки результатов работы в соответствии со шкалой баллов.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, цель которого состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и устного изложения собственных мыслей. Использование кейс – метода направлено на формирование умений мыслительной деятельности, способности воспринимать поток информации, оценивать условия и факторы осуществления торговой деятельности в практических ситуациях развития торгового дела

Ситуационный практикум должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках курса, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Элементы содержания ситуационного практикума:

1. Выделение основной проблемы;
2. Краткая формулировка собственного взгляда, видения проблемы;
3. Анализ различных научных взглядов психологов, социологов, политиков, писателей и др. на данную проблемы;
4. Авторский вывод из приведенных суждений (авторская позиция).

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Управление ассортиментом» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма контроля**
Тема 1. Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины	Принципы управления ассортиментом товаров: безопасность, эффективность, совместимость, взаимозаменяемость, систематизация и соответствия.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару	Дискуссия на семинаре
Тема 2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия	Этапы формирования ассортимента в розничном торговом предприятии. Концепция ориентации на ЖЦТ. Концепция портфолио-анализа. Учет потребительских тенденций. Учет тенденций товарных рынков.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к практикумам по решению задач, подготовка отчетов по практикумам Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Дискуссия на семинаре Отчеты по практикумам по решению задач Отчет по ситуационному практикуму
Тема 3. Аналитические основы управления товарным ассортиментом	Наполнение товарного портфеля. Распространение товарного портфеля. Модернизация товарного портфеля. Элиминирование товарного портфеля.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к практикумам по решению задач, подготовка отчетов по практикумам Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Дискуссия на семинаре Отчеты по практикумам по решению задач Отчет по ситуационному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 4. Формирование эффективной структуры ассортимента товаров в сфере торговли	Группировка товарных групп по параметру «товарооборот». Группировка товарных групп по параметру «частотность продаж». Группировка товарных групп по параметру «товарооборот – частотность продаж». Группировка товарных групп в товарные категории.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к практикумам по решению задач подготовка отчетов по практикумам Подготовка к ситуационным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Дискуссия на семинаре Отчеты по практикумам по решению задач Отчет по ситуационным практикумам
Тема 5. Основы категорийного менеджмента	Специфика процесса управления ассортиментом товаров в категорийном менеджменте. Методика эффективного отклика на запросы клиентов. Концепция товарного баланса.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Дискуссия на семинаре Отчет по ситуационному практикуму

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Магомедов Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: учебник. - М.: Дашков и К°, 2019. - 176 с. – режим доступа http://biblioclub.ru

Дополнительная литература:

2. Голова, А.Г. Управление продажами: учебник / А.Г. Голова. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 279 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru

3. Максимец, Н.В. Мерчандайзинг с основами ассортиментной политики: учебное пособие: [16+] / Н.В. Максимец; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 100 с.: табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru

4. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич; под ред. Т.Н. Парамоновой. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 283 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru

5. Синяева И.М. Маркетинг торговли: учебник / под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - М.: Дашков и К°, 2015. - 750 с. – режим доступа http://biblioclub.ru

Нормативно-правовые документы:

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ.

2. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей»

3. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»

4. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции»

5. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции»

6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей»

7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 034/2013 «О безопасности мяса и мясной продукции»

8. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 024/2011

«Технический регламент на масложировую продукцию»

9. ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» (с Изменениями № 1, 2)

10. ГОСТ Р 53917-2010 «Обувь. Маркировка»

11. ГОСТ 10581-91 «Изделия швейные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение» (с Изменением № 1, с Поправкой)

12. ГОСТ Р 53196-2008 (ИСО 10713:1992) «Ювелирные изделия. Покрытия сплавами на основе золота»

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
2.	Электронная библиотека – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
3.	Официальный сайт правовой и нормативно-технической документации – Консорциум КОДЕКС	http://docs.cntd.ru
4.	Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека	http://www.rospotrebnadzor.ru/
5.	Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии	https://www.gost.ru/portal/gost
6.	Официальный сайт Российской системы качества – Роскачество	https://roskachestvo.gov.ru/
7.	Официальный сайт Росконтроль – независимая экспертиза товаров	https://roscontrol.com/
8.	Официальный сайт Общества защиты прав потребителей	http://www.ozpp.ru/
9.	Центр независимой потребительской экспертизы	www.cnpe.spb.ru/
10.	Международная конфедерация обществ потребителей	www.konfop.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;

- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Дискуссия на семинаре	6-5 – распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 5-4 выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; 4-3 – распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 3-2 выступлений, точка зрения не достаточно аргументирована, но обоснована 2-1 – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.
2.	Практикум по решению задач	Распределение баллов в зависимости от решения количества и сложности задач – от 1 до 6 баллов.
3.	Ситуационный практикум	7-5 баллов – участники мини-группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 4-2 баллов – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 1 баллов – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект корпоративного имиджа, в последующей дискуссии принимали не слишком активное

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

Типовые задания к теме 1. Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины

Вопросы для обсуждения на семинаре № 1 тему: «Основные понятия в области управления ассортиментом товаров»

1. В чем заключается сущность товара?
2. Что являются основными объектами исследования товаров?
3. Как Вы понимаете понятия «конкретный продукт», «расширенный продукт» и «обобщенный продукт»?
4. Как можно разделить товар по ценностным категориям?
5. Дайте характеристику таких понятий как «товарная политика», «ассортиментная политика» и «ассортимент»?
6. Какие показатели используются для оценки товарного ассортимента?
7. Назовите этапы формирования ассортимента.

Типовые задания к теме 2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия

Вопросы для обсуждения на семинаре № 2

1. Этапы разработки ассортиментной политики предприятия.
2. Изучение среды как этап разработки ассортиментной политики.
3. Оценка эффективности ассортиментной политики предприятия.
4. Мероприятия по совершенствованию управления ассортимента в торговом предприятии.
5. Стратегия и тактика управления ассортиментом.
6. Ассортиментная политика розничного торгового предприятия.

Ситуационный практикум № 1. АВС-анализ ассортимента розничного торгового предприятия

АВС-анализ – метод, позволяющий классифицировать ресурсы фирмы по степени их важности. В его основе лежит принцип Парето – 20 % всех товаров дают 80% оборота. По отношению к АВС-анализу правило Парето можно сформулировать так: надежный контроль 20% позиций позволяет на 80% контролировать систему, будь то запасы сырья и комплектующих, либо продуктовый ряд предприятия.

Цели АВС-анализа продаж:

- оптимизация ассортимента;
- увеличение продаж;
- повышение эффективности ассортимента.

АВС-анализ – анализ товарных запасов путём деления на три категории:

A – наиболее ценные, 20 % – тов. запасов; 80 % – продаж

B – промежуточные, 30 % – тов. запасов; 15 % – продаж

C – наименее ценные, 50 % – тов. запасов; 5 % – продаж

В зависимости от целей анализа может быть выделено произвольное количество групп. Чаще всего выделяют 3, реже 4-5 групп.

По сути, АВС-анализ – это ранжирование ассортимента по разным параметрам. Ранжировать таким образом можно и поставщиков, и складские запасы, и покупателей, и длительные периоды продаж — всё, что имеет достаточное количество статистических данных. Результатом АВС анализа является группировка объектов по степени влияния на общий результат.

АВС-анализ основывается на принципе дисбаланса, при проведении которого строится график зависимости совокупного эффекта от количества элементов. Такой график называется кривой Парето, кривой Лоренца или АВС-кривой. По результатам анализа ассортиментные позиции ранжируются и группируются в зависимости от размера их вклада в совокупный эффект. В логистике АВС-анализ обычно применяют с целью отслеживания объёмов отгрузки определённых артикулов и частоты обращений к той или иной позиции ассортимента, а также для ранжирования клиентов по количеству или объёму сделанных ими заказов.

Порядок проведения АВС-анализа

1. Определяем цель анализа (для чего нужен вам этот анализ?).

2. Определяем действия по итогам анализа (что будем делать с полученными результатами?).

3. Выбираем объект анализа (что будем анализировать?) и параметр анализа (по какому признаку будем анализировать?). Обычно объектами АВС анализа являются поставщики, товарные группы, товарные категории, товарные позиции. Каждый из этих объектов имеет разные параметры описания и измерения: объём продаж (в денежном или количественном измерении), доход (в денежном измерении), товарный запас, оборачиваемость и т. д.

4. Составляем рейтинговый список объектов по убыванию значения параметра.

5. Рассчитываем долю параметра от общей суммы параметров с накопительным итогом. Доля с накопительным итогом высчитывается путём прибавления параметра к сумме предыдущих параметров.

6. Выделяем группы А, В и С: присваиваем значения групп выбранным объектам.

Методов выделения групп существует порядка десяти, наиболее применимы из них: эмпирический метод. В эмпирическом методе разделение происходит в классической пропорции 80/15/5.

Вероятности возникновения спроса на материальные ресурсы А, В и С подчинены различным законам. Установлено, что в большинстве промышленных и торговых фирм примерно 75% стоимости объёма продаж составляют всего около 10% наименований номенклатуры (группа А), 20% стоимости – 25 % наименований (группа В), 5 % стоимости – 65 % наименований (группа С). Существует множество способов выделения групп в АВС-анализе.

Метод АВС широко используется при планировании и формировании ассортимента на различных уровнях гибких логистических систем, в производственных системах, системах снабжения и сбыта.

Пример 1.

Классификационным признаком в анализе ассортимента может быть, например, выручка или маржинальная прибыль категорий. Под маржинальной прибылью подразумевают разницу между ценой реализации и закупочной ценой. В настоящем примере речь идет о валовой маржинальной прибыли (расчетной величине). Разберем АВС-анализ на примере магазина запчастей. Данные для анализа представлены в табл. 1.

Таблица 1.

Маржинальная прибыль по позициям магазина автозапчастей

Категория	Сумма, руб.	Доля, %	Доля накопительно, %
Подвеска	329 111	30,5 %	30,5 %
Тормозная система	317 947	29,5 %	59,9 %
Мотор	218 958	20,3 %	80,2 %
Фильтры	58 427	5,4 %	85,6 %
Амортизаторы	45 247	4,2 %	89,8 %

Свечи	29 810	2,8 %	92,6 %
Рулевое управление	28 433	2,6 %	95,2 %
Кузов	23 454	2,2 %	97,4 %
Фары	16 135	1,5 %	98,9 %
Ремень, цепь	12 029	1,1 %	100,0 %
Итого	1 079 552	100,0 %	

По результатам анализа была построена кривая АВС (рис. 1).

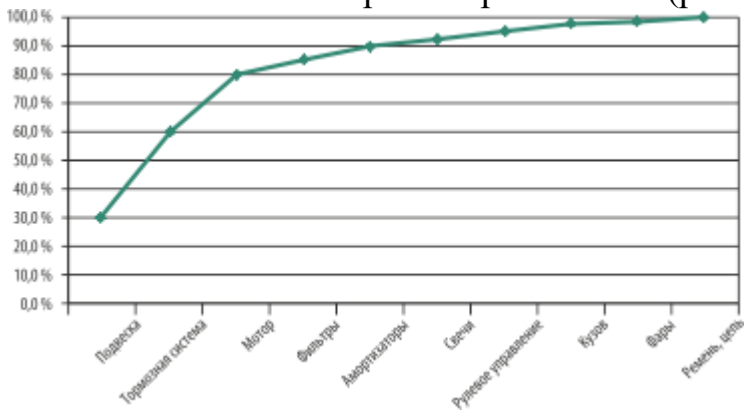


Рисунок 1. Кривая *АВС* магазина автозапчастей

Как показал анализ, три группы товаров (запчасти подвески, тормозной системы и моторов) формируют 80 % всей маржинальной прибыли магазина запчастей – группа А. Именно эти три категории являются ключевыми для финансового результата и поэтому требуют наиболее пристального внимания. Запчасти группы «фильтры» и «амортизаторы» формируют 10% маржинальной прибыли – группа В. Оставшиеся 10 % принадлежат пяти товарным группам – группа С, которые являются наименее значимыми с точки зрения формирования прибыли.

Задание 1. Изучите теоретическую часть, запишите правила проведения АВС-анализа и запишите пример.

Задание 2. Используя собственные данные – прайс-листы торговых организаций, составьте аналогичную таблицу по ассортименту ваших продуктов питания и проведите АВС – анализ.

Практикум по решению задач № 1

Задача 1. Рассчитайте коэффициент широты и полноты ассортимента детских кожаных сапожек в двух магазинах по следующим данным.

Магазин 1: в продаже были сапожки с верхом из натуральной кожи моделей А, В, Л. Модели В и Л были представлены только коричневым цветом, а модели Л, А (каждая) – черным и серым цветами.

Магазин 2: в продаже были сапожки с верхом из натуральной кожи моделей А, В, К, Д. Модель А была представлена черным и зеленым цветами, а модели В, К и Д (каждая) коричневым и синим цветами. Проанализируйте полученные результаты.

Дайте предложение по совершенствованию ассортимента этих двух магазинов-конкурентов.

Задача 2. В магазине в продаже было туалетное мыло в следующем ассортименте:

– марка О (6 наименований);

– марка Д (3 наименования).

В соответствии с ГОСТ 28546-2002 «Мыло туалетное твердое. Общие технические условия» подразделяется на марки: «Экстра» (Э), «Нейтральное» (Н), «Ординарное» (О), «Детское» (Д).

Определите действительную полноту ассортимента мыла в магазине. Рассчитайте коэффициент широты и проанализируйте полученный результат. Определите ваши действия в качестве товароведа или коммерсанта

Задача 3. Рассчитайте коэффициент широты ассортимента телевизоров в двух магазинах по следующим данным.

Магазин 1: продаже были телевизоры стационарные с размером экрана 63 см, 72см, 80см, 150см и переносные с размером 36 см.

Магазин 2: в продаже были телевизоры стационарные с размером экрана 51 см, 63 см, 72 см.

Известно, что на отечественный рынок поступают телевизоры с диагональю экрана 36, 51, 63, 72, 80, 117, 122, 133, 150 см.

Проанализируйте полученные результаты. Дайте предложение по совершенствованию ассортимента этих двух магазинов-конкурентов, при условии, что рынок телевизоров стабилизировался и насыщен.

Задача 4. Рассчитайте коэффициент обновления ассортимента мужских летних сорочек в двух магазинах по следующим данным.

Магазин 1: в продаже в течение месяца было 25 артикулов; 4 из них поступили впервые взамен снятых с поставок устаревших моделей.

Магазин 2: в продаже было 30 артикулов; 3 из них поступили впервые взамен снятых с поставок устаревших моделей.

Устойчивым спросом в обоих магазинах пользовались 7 артикулов сорочек. Проанализируйте полученные результаты. Дайте предложения по совершенствованию ассортимента этих двух магазинов-конкурентов.

Задача 5. Рассчитайте структуру ассортимента обуви в магазине, если в торговом зале и на складе имеются:

- сапоги зимние – 120 пар;
- демисезонные – 50 пар;
- ботинки зимние – 80 пар;
- демисезонные – 90 пар;
- полуботинки – 70 пар;
- туфли (в том числе летние) – 65 пар.

Укажите, какие действия должен предпринять товаровед по формированию ассортимента обуви в зависимости от времени года (осень, весна).

Практикум по решению задач № 2

Задача 1. Имеются следующие данные (табл. 1):

Таблица 1

Реализация кофеварок фирмы «Bosh»

Год	Объем реализации, тыс. шт.	Цена продажи, тыс. руб./ шт.	Себестоимость реализации, тыс. руб./шт.
2012	2	6,2	5,0
2013	4	7,5	7,0
2014	6	8,5	8,0
2015	8	9,0	8,5
2016	10	9,5	9,0
2017	9	10,3	8,0
2018	7	8,5	8,0
2019	5	6,5	5,0
2020	4,5	5,0	4,0

Вопросы и задания

1. Рассчитайте объем продаж в денежном выражении и прибыль, основываясь на данных реализации кофеварок фирмы «Bosh» за 9-летний период.

2. Постройте жизненный цикл рассматриваемого товара, изобразив при этом кривые объема продаж и прибыли.

3. Выделите этапы жизненного цикла, которые прошел товар за рассматриваемый период исходя из текущего изменения объема продаж и прибыли, обозначьте их графически. Определите этап, на котором находился товар в 2016 г.

4. Какой вид кривой жизненного цикла товара наиболее соответствует жизненному циклу кофеварки фирмы «Bosh». Приведите три примера товаров, для которых характерен такой вид кривой жизненного цикла. Свой ответ обоснуйте.

Задача 2. Предприятие выпускает три вида изделий, реализация которых характеризуется данными, приведёнными в таблице 2 и на рисунке 9.

Производственные мощности предприятия загружены на 100 %.

Таблица 2

Исходные данные для расчетов

№ п/п	Показатели	Изделия		
		A	B	C
1	Рентабельность изделий (%)	20	30	15
2	Доля рынка сбыта (%)	19	16	6
3	Объем выпуска, тыс. шт.	45	35	20
4	Себестоимость изделий (у.е.)	130	221	300
5	Прогнозируемый темп роста рынка на следующие 3 года (%)	–	1-2	8-12

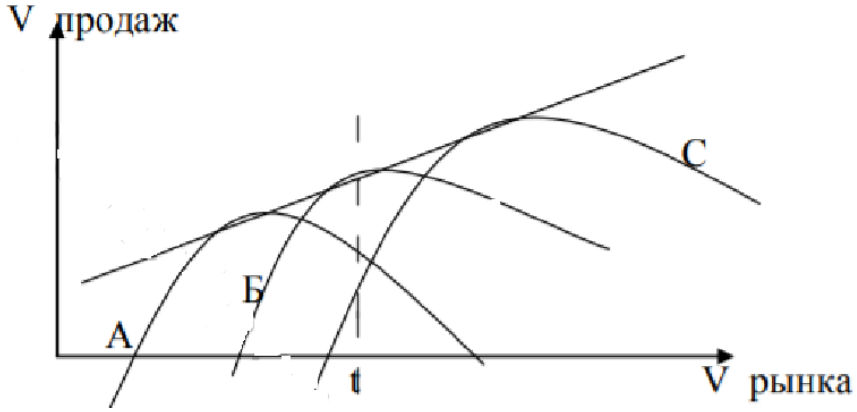


Рисунок 9. Динамика реализации товаров А, В, С

Вопросы и задания

1. Определите стадию жизненного цикла для каждого из данных товаров в момент времени t (пунктир).

2. Определите целесообразность производства изделий А, В и С исходя из рыночной конъюнктуры и экономических показателей работы рассматриваемого предприятия.

3. На основании полученных результатов предложите свои рекомендации по совершенствованию ассортиментной политики предприятия.

Задача 3. Фирма производит товары А, Б, В и Г с удельным весом в объеме продаж соответственно 40 %, 25 %, 13 % и 2 %. Товары А и Б по своему основному назначению являются взаимозаменяемыми. Товар Г выступает в качестве дополнения к товару А. Товар В выступает в качестве сборочного элемента (компонента) для товаров А и Б, но имеет и самостоятельный спрос. Товары А, Б, В и Г находятся соответственно в следующих стадиях своего жизненного цикла на рынке: «зрелость», начало «спада», «рост» и «внедрение». Кроме указанных товаров, фирма производит также товар Д с удельным весом 20 % и реализует его на основе долгосрочного контракта с крупной корпорацией. Длительность жизненных циклов товаров А и Б составляет в среднем 5 лет, товаров В и Г – 3 года. Контракт с корпорацией о поставках товара Д только что продлен на следующие 5 лет.

Товары приносят следующие доли в общей массе прибыли: А – 60 %, Б – 10 %, В – 10 %, Г – 0 %, Д – 20 %.

Задания

1. Структурируйте данные в таблицу 3.

Таблица 3

Структурирование данных

Вид товара	Доля в объеме продаж, %	Связь с другими товарами	Стадия ЖЦТ	Длительность ЖЦТ	Доля в массе прибыли, %
А					
Б					
В					

Г					
Д					

2. Предложите свой конкретный вариант ассортимента фирмы, отвечающий условиям задачи.

3. Постройте и сравните кривые жизненных циклов товаров, используя прием наложений кривых ЖЦТ.

4. Сформулируйте возможные варианты маркетинговых стратегий для каждого товара в зависимости от стадии жизненного цикла, на котором он находится.

5. Каковы Ваши предложения по совершенствованию ассортиментной политики фирмы?

Задача 4. До недавнего времени производственное объединение «Бытхим», производящее краски, ориентировалось только на профессиональный рынок, продавая краску в 5-литровых емкостях. Теперь принимается стратегическое решение выпускать продукцию для потребительского рынка: продавать краску в литровых емкостях под другой торговой маркой с целью обеспечить дальнейший рост.

Определите по матрице Ансоффа прежнюю и новую стратегии объединения.

Типовые задания к теме 3. Аналитические основы управления товарным ассортиментом

Вопросы для обсуждения на семинаре № 3:

1. Каким магазин должен быть, чтобы привлечь к себе как можно больше покупателей?
2. Что нужно сделать, чтобы быть лучше, интереснее, привлекательнее конкурентов?
3. Как завоевать рынок и занять лидирующие позиции?
4. Какую стратегию выбрать для торгового предприятия?
5. Что возить – товар подороже известных марок и хорошего качества или неизвестный и сомнительного качества, зато по очень низкой цене?
6. С кем работать – с тем, кто поставляет быстро, но дорого, или с теми, кто привозит товар медленно, но по низкой цене?
7. Какую цену поставить в магазине – как у конкурентов или ниже? Или выше, потому что у нас сервис?
8. Как поставить товар? На палетах, потому что у нас дискаунтер, или на фирменных стойках с подсветкой – если у нас супермаркет или бутик. Начинать выставлять товары на полку с дешевых или с самых дорогих?
9. Организовать веселый конкурс для детей или розыгрыш главного приза – путевки на Багамы для состоятельных покупателей?

Практикум по решению задач № 3

Ассортимент товаров – набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности.

Товарная номенклатура – перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения.

Ассортимент потребительских товаров подразделяется:

- на группы – по местонахождению;
- подгруппы – по широте охвата товаров;
- виды – по степени удовлетворения потребностей;
- разновидности – по характеру потребностей.

Свойство ассортимента – специфическая особенность ассортимента, проявляющаяся при его формировании.

Показатель ассортимента – количественное выражение свойств ассортимента, при этом измерению подлежит количество видов и наименований товаров.

При формировании ассортимента осуществляется регулирование комплекса свойств и показателей ассортимента, что требует понимания их сути и знания номенклатуры свойств и показателей ассортимента (табл. 2).

Таблица 2

Номенклатура свойств и показателей ассортимента

Наименование и условные обозначения		Расчёт показателей
Свойства	Показатели	
Широта (Ш):	Показатели широты (Ш):	
действительная (Шд)	действительный (Шд)	Шд = д
базовая (Шб)	коэффициент широты (Кш)	Шб = б
	коэффициент широты (Кш)	Кш = (Шд / Шб)·100, %
Полнота (П):	Показатель полноты (П):	
действительная	действительный (Пд)	Пд = д однородной группы товаров
базовая	базовый (Пб)	Пб = б однородной группы товаров
	Коэффициент полноты (Кп)	Кп = (Пд / Пб)· 100, %
Устойчивость (У)	Показатель устойчивости (У)	У = у
	Коэффициент устойчивости (Ку)	Ку = (У / Шб)·100, %
Новизна (Н)	Показатель новизны (Н)	Н = н
	Степень (коэффициент) обновления (Кн)	Кн = (Н / Шд)·100, %
Структура (С)	Относительный показатель структуры (Сi) отдельных товаров (i)	Сi = Ai / Si
Ассортиментный минимум (перечень) (Ам)	Показатель ассортиментного минимума (Ам)	Ам = м

В таблице используются следующие условные обозначения:

- д – количество видов, разновидностей или наименований товаров, имеющихся в наличии;
- б – базовое количество видов, разновидностей и наименований товаров, принятое за основу для сравнения;

- а – количество отдельного товара в натуральном или денежном выражении;
- s – суммарное количество всех товаров, имеющихся в наличии в натуральном или денежном выражении;
- м – минимально допустимое количество товаров, определяющих торговый профиль организации;
- у – количество видов и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом;
- н – количество новых видов и наименований товаров;
- $В_ш$, $В_п$, $В_у$, $В_н$ – коэффициенты весомости показателей широты, полноты, устойчивости и новизны.

Широта ассортимента – количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп. Широта выступает в качестве одного из примеров конкурентоспособности фирм.

С точки зрения потребителя, с одной стороны, чем шире ассортимент, тем более разнообразные потребности могут быть удовлетворены. С другой стороны, при сверхвысокой широте ассортимента потребителю трудно ориентироваться в этом многообразии, что затрудняет выбор нужного товара.

Полнота ассортимента – способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности. Наибольшее значение показатели полноты имеют на насыщенном рынке. Чем больше полнота ассортимента, тем выше вероятность того, что потребительский спрос на товары определенной группы будет удовлетворен.

Устойчивость ассортимента – способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. Особенностью таких товаров является наличие устойчивого спроса на них. Потребители товаров устойчивого ассортимента могут быть охарактеризованы как «консерваторы во вкусах и привычках». Оценив определенное наименование товара, они долго не меняют свои предпочтения.

Новизна (обновление) ассортимента - способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров. Причинами, побуждающими обновлять ассортимент, являются: замена товаров, морально устаревших, не пользующихся спросом; разработка новых товаров улучшенного качества; создание конкурентных преимуществ организации. Потребителями новых товаров являются «новаторы». Новые товары удовлетворяют не столько физиологические, сколько психологические и социальные потребности.

Структура ассортимента характеризуется удельной долей каждого вида и/или наименования товара в общем наборе. Показатели структуры ассортимента имеют натуральные или денежные выражения и рассчитываются как отношение отдельных групп, видов, наименований товаров к суммарному количеству товаров, входящих в ассортимент. Как правило, для наглядности структура ассортимента выражается в процентах.

Задание 1. Запишите определения номенклатурных показателей и формулы их расчета

Задание 2. По ассортиментной группе исследуемого вами товара торгового предприятия проведите анализ номенклатурных показателей ассортимента

Практикум по решению задач № 4. XYZ-анализ по ассортименту группы продуктов питания розничного магазина

XYZ-анализ продаж проводится с целью изучения стабильности продаж. Он позволяет произвести классификацию продуктов компании в зависимости от характера их сбыта и точности прогнозирования изменений в их потребности. В результате проведения данного анализа весь ассортимент подразделяется на три категории:

- категория X – коэффициент вариации до 15 %, товары со стабильным потреблением, высокой точностью прогноза продаж, высокой оборачиваемостью;
- категория Y – коэффициент вариации от 15 % до 50 %, товары с известными тенденциями определения потребности в них, средней возможностью прогноза продаж;
- категория Z – коэффициент вариации свыше 50 %, потребление ресурсов нерегулярно, точность прогнозирования продаж невысокая.

XYZ-анализ – математически-статистический метод, позволяющий анализировать и прогнозировать стабильность продаж отдельных видов товаров и колебания уровня потребления тех или иных ресурсов. Этот метод обычно применяется для ранжирования и группирования ассортиментных позиций по степени прогнозируемости объема спроса или оборачиваемости товара.

Метод XYZ-анализа сходен с ABC-анализом и основывается на том же принципе - товары подразделяются на три группы X, Y, Z , исходя из значения коэффициента вариации за определенный период времени. Этот анализ делит объекты по степени отклонения от среднего показателя, высчитываемого за несколько периодов.

ABC-анализ показывает нам вклад товара в результат магазина, а XYZ-анализ показывает стабильность или нестабильность спроса. Чем стабильнее спрос на товар, тем легче мы им управляем, тем ниже потребность в товарных запасах, тем легче планировать движение продукта. Таким образом, мы имеем дополнительный материал для принятия решений о пребывании товара в нашей ассортиментной матрице.

Этапы

1 шаг. Выбираем объект анализа (группа, категория, позиция) и параметр, по которому мы будем сравнивать объекты (продажи за месяц, например). Традиционно в рознице объектами XYZ-анализа являются товарная категория или товарная единица. За основу анализа берется период продаж не менее трех месяцев.

2 шаг. Определить количество периодов, по которым будет проводиться анализ: неделя, декада, месяц, квартал/сезон, полугодие, год.

Чем больше период, тем лучше, тем вернее будет статистика спроса. Важно – для анализа надо брать не менее трех периодов, по которым ведется отчетность. Если товар имеет оборачиваемость более месяца, то надо взять период, как минимум в три раза превышающий оборачиваемость (например, оборачиваемость категории «швейные машины» – 2 месяца. Тогда за основу надо взять период не менее 6-ти месяцев).

3 шаг. Определить коэффициент вариации – среднее квадратическое отклонение – для каждого объекта анализа. Коэффициент вариации означает величину, насколько продажа товара отклоняется от среднестатистической, то есть показывает, стабилен ли спрос на товар или нет.

Расчет коэффициента вариации.

Формула для расчета коэффициента вариации (Кв):

$$v = \frac{\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n}(x_i - \bar{x})^2}{n}}}{\bar{x}} \times 100\% \quad (1),$$

где, x_i – значение параметра по оцениваемому объекту за i-тый период,

$x_{ср}$ – среднее значение параметра по оцениваемому объекту анализа,

n – число периодов

4 шаг. Составить рейтинговый список объектов анализа по возрастанию значения коэффициента вариации.

5 шаг. Определяем, какие объекты относятся к группе X, Y и Z.

Задание 1. Изучите теоретическую часть, запишите правила проведения XYZ -анализа.

Задание 2. Используя собственные данные – прайс-листы торговых организаций, проведите XYZ-анализ по ассортименту группы продуктов питания, изучаемых вами.

Ситуационный практикум № 2. Управление ассортиментом и товарным запасом

Одним из резервов бизнеса является эффективное управление оборотными средствами. В торговых компаниях существенная часть рабочего капитала находится на складе, поэтому задача эффективного управления товарным запасом и ассортиментом в целом чрезвычайно важна. Особенно острой проблема оптимизации склада является для таких бизнесов как комплексная поставка товаров на промышленный рынок, оптоворозничная торговля в мультибрендовых компаниях, широкопрофильная дистрибьюция.

На десятом году деятельности компания «Идеал» решила подойти к управлению ассортиментом и товарным запасом (УАТЗ) на основе общей

теории управления. Прежде всего, руководители компании задумались об основных элементах этой подсистемы управления ресурсами предприятия.

Вспомнив о результатах труда Лебедя, Рака и Щуки, руководство решило сосредоточить функции УАТЗ в руках одного должностного лица и назвало эту должность Товарный Менеджер (ТМ). Так у системы УАТЗ появился субъект управления.

Поскольку ассортимент был широкий, один сотрудник не мог справиться с его управлением, и возник вопрос о принципе разделения зон ответственности между несколькими ТМ. По ряду маркетинговых и логистических причин в качестве основного классификатора ассортимента компанией был выбран Общероссийский классификатор продукции (ОКП). В компании посчитали целесообразным разделить ответственность за управление номенклатурой между ТМ в соответствии с принципами организации ОКП, и товарные менеджеры были закреплены за подклассами этого классификатора.

Никто не сомневался, что объектом управления системы УАТЗ должна стать номенклатура, структурированная в соответствии с ОКП. Принимая во внимание, что клиенты были привередливые и имели свои предпочтения среди производителей товара, стало понятно, что торговые марки также претендуют на роль объектов управления, так как игнорировать мнение клиентов руководство не планировало.

Учитывая значительный товарооборот «Идеала», компанию осаждали многочисленные поставщики, включая представителей зарубежных вендоров и их местных дилеров. Для комплексной поставки закупка товара одной и той же торговой марки могла производиться у разных поставщиков, обеспечивающих разные маркетинговые, логистические, экономические и даже потребительские характеристики товара. В интересах УАТЗ необходимо было управлять отношениями с поставщиками, поэтому поставщики стали третьим объектом управления.

Разобравшись с субъектами и объектами управления, руководство «Идеала» озаботилось формированием целей УАТЗ. В соответствии с иде-
11 ей комплексной поставки, компания планировала поддерживать такой ассортимент, который удовлетворил бы все потребности целевого потребителя в выбранном «Идеалом» товарном сегменте. На практике, ассортимент ограничивался возможностями компании, так как реальная поддержка каждой товарной группы, торговой марки и позиции номенклатуры требовала времени и внимания ТМ, а также использования других ресурсов предприятия. В результате часть клиентов отказывалась от закупок в «Идеале», не найдя в ассортименте компании нужного товара с требуемым сроком поставки и конкурентными ценами. В своей продуктовой стратегии компания зафиксировала задачу минимизации суммы маржинальной прибыли, упущенной по причине неудовлетворенности клиентов предлагаемым ассортиментом. Предусмотрительное руководство компании давно организовало фиксирование всех заявок клиентов и причины отказов, поэтому знало, что в прошедшем периоде указанные потери составляли около 10% от

заработанной маржинальной прибыли. Целью УАТЗ в отношении ассортимента было определено снижение этого показателя до 5% за календарный год.

Далее была сформулирована цель управления товарным запасом. Очевидно, что ТЗ – это конкурентное преимущество в глазах клиентов, которые не хотят или не могут ждать поставку товара под заказ да еще подвергаться риску срыва сроков поставки. Критерием оптимальности ТЗ может служить доля реализации, выполненной из складского запаса в общем объеме реализации. Согласитесь, если эта доля незначительна, значит ТЗ формируется неправильно, оборотные средства заморожены на складе нерационально. Если же большая часть реализации идет из складского запаса, значит ТЗ свою роль выполняет.

Проанализировав результаты прошлого периода, руководство компании обнаружило, что только 40% отгрузок клиентам составляет товар, предварительно закупленный на склад, а 60% реализации обеспечивается поставками под заказ. Учитывая дефицит оборотных средств и связанную с этим необходимость сокращения ТЗ, руководители компании решили, что целью УАТЗ в отношении товарного запаса должно стать изменение указанного соотношения на «50 на 50» при одновременном снижении суммы ТЗ на 30% в течение 3-х месяцев.

После определения целей УАТЗ пришла пора заняться средствами управления.

Руководством компании были утверждены следующие принципы управления торговыми марками:

– основу ассортимента в каждой подвидовой группировке ОКП составляют 1-2 торговых марки, которые были названы стратегическими (СТМ);

– товарные менеджеры обеспечивают необходимую ширину и глубину ассортимента группировки ОКП путем добавления к ассортименту СТМ моделей других торговых марок, называемых дополнительными (ДТМ);

– решение о вводе торговой марки в список СТМ принимается на основе результатов работы в прошедшем периоде, маркетингового положения торговой марки на целевом сегменте потребителей, сведений о качестве и надежности продукции, логистической целесообразности работы с вендором напрямую и возможности заключения с вендором контракта на условиях, определенных для стратегических поставщиков;

– в отношении СТМ компания считает целесообразным продвижение этих марок от своего лица, устанавливает цели продвижения, планирует затраты по продвижению, допускает пониженные нормативы оборачиваемости по складу и в дебиторской задолженности, устанавливает приоритет в финансировании в ситуации дефицита денежных средств, стимулирует сотрудников отдела продаж.

На уровне действий и процедур было утверждено:

– управление СТМ осуществляется на основе годового маркетингового плана развития СТМ установленного формата,

включающего в себя среди прочих разделов принятый к поставке ассортимент СТМ с параметрами поддержки (см. ниже), программу продвижения, бюджеты продаж, закупок, товарного запаса, доходов и расходов, движения денежных средств;

– отделу маркетинга поручалось проводить ежеквартальный анализ результатов работы по СТМ на основе матрицы General Electric и готовить свои предложения по замене неперспективных СТМ в портфеле компании.

Поставщиками компании «Идеал» являлись зарубежные и российские вендоры и местные дилеры торговых марок. К стратегическим поставщикам были отнесены вендоры СТМ, которые готовы были удовлетворить следующие требования компании:

– предоставление конкурентоспособных цен и условий оплаты;

– предоставление официального статуса;

– совместная деятельность по продвижению СТМ;

– обучение, сертификация сотрудников «Идеала»;

– наличие каталога, других технических и рекламных материалов в полиграфическом и электронном виде;

– наличие у маркетинговой информации, готовность ее предоставить;

– наличие ясной перспективы улучшения условий партнерства.

По отношению к стратегическим поставщикам компания готова была взять на себя следующие обязательства:

– выполнение согласованного финансового плана закупок;

– предоставление попозиционных прогнозов закупок;

– совместная деятельность по продвижению СТМ;

– предоставление маркетинговой информации.

С логистической точки зрения поставщики классифицировались следующим образом. По поставщикам, с которыми у компании был значительный, стабильный товарооборот (регулярные поставщики), действовал согласованный график поставки, что обеспечивало хорошее качество и минимальную стоимость логистики. По остальным поставщикам регулярных закупок не было (нерегулярные поставщики) и поставка осуществлялась по мере набора необходимого объема заказов. Таким образом, по первой группе поставщиков была всегда известна дата ближайшей поставки, по второй – только срок поставки заказа, достаточного по объему с точки зрения логистики.

На уровне действий и процедур в отношении поставщиков сотрудники компании должны были руководствоваться:

– маркетинговым планом по соответствующей СТМ;

– ежеквартальной процедурой анализа деятельности по поставщикам, предусматривающей возможность принятия решения о замене неэффективного поставщика;

– ежемесячной процедурой пересчета оптимального периода закупки от регулярных поставщиков на основе статистики закупок;

– планом работы с поставщиками, в котором были установлены даты переговоров и условия оплаты и поставки, которая компания ставила целью добиться;

– планом выхода на регулярные закупки по поставщикам, представлявшим интерес с точки зрения ABC-XYZ-анализа.

Если с методиками управления торговыми марками и отношениями с поставщиками разобрались быстро, то средства управления номенклатурой обсуждались долго и горячо.

Подготовку проекта ассортиментного наполнения подвидовых группировок ОКП руководство компании доверило ТМ. При выполнении этой задачи ТМ должны были основываться на клиентских предпочтениях, информации получаемой от поставщиков, ABC-XYZ-анализе номенклатуры по признакам объема продаж в финансовом выражении, объема продаж в штучном выражении, рентабельности продаж, финансовых ограничениях (о финансовом планировании в товарном разрезе см. далее). Проект ассортиментного наполнения рассматривался экспертным советом ежегодно в составе маркетингового плана компании и утверждался генеральным директором. Предложения по изменению утвержденного ассортимента, вызванные пересмотром производственной программы поставщиков или требованиями рынка, рассматривались по инициативе ТМ и утверждались в том же порядке.

Было очевидно, что отмеченное выше противоречие между теоретическими желаниями и практическими возможностями по поддержанию ассортимента приводит к необходимости ввода еще одной, дополнительной координаты классификации номенклатуры. Действительно, ведь в ассортимент можно включить широкий перечень номенклатуры, но обеспечить ей разный Уровень Поддержки (УП) в соответствии с важностью позиции и ресурсами компании.

Обычно, для присвоения группам товара УП рекомендуют использовать хорошо известный ABC-XYZ анализ. Однако, существует причина, по которой на практике автоматическая классификация номенклатуры в соответствии с ABC-XYZ анализом не является оптимальной. Причина эта заключается в том, что ABC–XYZ анализ основывается только на статистике продаж, но не учитывает целый ряд других обстоятельств: этап жизненного цикла товара, доступность в прошлом периоде, сезонность, влияние на продажи других товаров (так называемый «ассортиментный» товар), рентабельность продаж при ABC-XYZ классификации по реализации, особенности логистики, бонусные схемы поставщиков, сроки годности, доступность необходимый сопроводительных документов и другие факторы. В компании «Идеал» сторонники тотальной автоматизации предлагали учесть влияние всех этих обстоятельств в алгоритме классификации номенклатуры информационной системы, но возобладало мнение практиков, и учет дополнительных факторов был отдан на откуп ТМ, которые должны были использовать ABC-XYZ анализ, как основу классификации, уточняя Уровни Поддержки на основе дополнительной информации.

После бурных дебатов в компании «Идеал» решили, что Уровень Поддержки должен классифицировать номенклатуру на 5 групп по принципам, отраженным в таблице 8.

Таблица 8

Классификация номенклатуры по Уровням Поддержки

УП	Описание	Поддержка ТЗ	Актуализация параметров в ИС
1	Складская программа	В соответствии со стратегией закупок и страховым запасом	еженедельно
2	Поставка под заказ	–	еженедельно
3	Поставка по согласованию с ТМ	–	По запросу
4	Поставка прекращена	Остатки на складе	–
5	Позиция закрыта	–	–

Дебаты между сторонниками и противниками тотальной автоматизации продолжились по вопросу методики формирования товарного запаса номенклатуры складской программы. Идея попозиционного планирования товарных остатков была, конечно, привлекательной, но изучив статистику продаж, даже самые ярые энтузиасты компьютерного прогнозирования согласились, что ценность такого прогноза будет вызывать сомнения. Не добавили им оптимизма и переговоры с ведущими клиентами, которые оказались не готовы предоставить не только номенклатурные, но и финансовые планы закупок. Остановились на следующих принципах управления товарным запасом:

1. Основным документом перспективного планирования ТЗ является финансовый план в товарном разрезе с детализацией до подгрупп ОКП.

2. План ТЗ рассчитывается на основании состояния ТЗ на начало периода планирования, плана продаж и нормативов оборачиваемости, установленных на основании статистики прошлого периода, планов компании по сокращению ТЗ, приоритетов товарных групп и торговых марок.

3. Основным параметром управления ТЗ Складской программы является значение страхового запаса, который рассчитывается по известной формуле и зависит от надежности поставщика и стабильности продаж позиции.

4. На основании страхового запаса по каждой позиции Складской программы информационной системой (ИС) рассчитывается: для закупки у регулярных поставщиков – объем очередной закупки, для закупки у нерегулярных – дата начала подготовки поставки.

5. ТМ на основании имеющееся дополнительной информации имеет право скорректировать расчетные параметры закупки, однако, несет ответственность за возможные негативные последствия такого вмешательства.

Были утверждены следующие процедуры управления товарным запасом:

– регламент формирования годового плана ТЗ с разбивкой по месяцам;

– процедура ежемесячного план-фактного анализа ТЗ;

– процедура ежемесячного анализа соответствия Уровней Поддержки, назначенных ТМ, результатам продаж и рыночной ситуации и ряд других.

Учитывая сложную финансовую ситуацию и вынужденное решение о сокращении ТЗ, в состав средств управления ТЗ вошли также:

– процедура утверждения заказа поставщику, поддержанная средствами прогнозирования ИС;

– программа борьбы с неликвидами;

– документы, регламентирующие деятельность ТМ, и их система стимулирования.

Вопросы по ситуационной задачи:

1. С какими видами сопротивления со стороны сотрудников в отношении управления ассортиментом может столкнуться руководство?

2. Какие проблемы могут возникнуть у руководства в организации информационной поддержки управления ассортиментом?

3. Насколько целесообразна предложенная реорганизация?

4. Какие конкретные варианты реализации принятых решений в области систем управления персоналом, средствами информационной поддержки бизнеса, управления финансами, маркетингом, сбытом, логистикой вы можете предложить?

5. Предложите варианты решения проблемы адаптации зарубежного опыта к российским реалиям и внедрения классических методик управления ассортиментом и товарными запасами для компании «Идеал».

Ситуационный практикум № 3.

Задача 1. Швейное предприятие последовательно вывело на рынок пять моделей женского платья, жизненные циклы которых характеризуются рисунком 10.

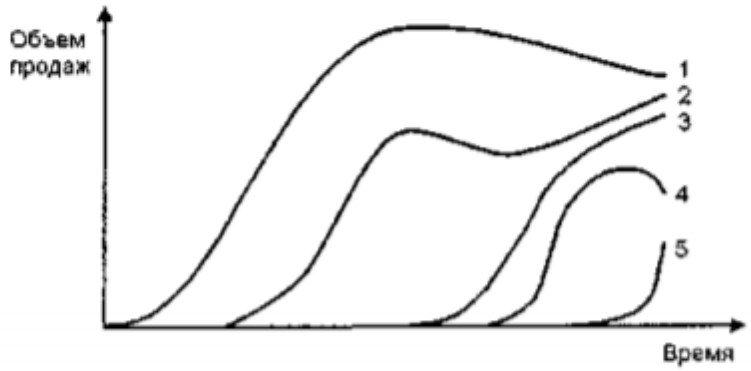


Рисунок 10. Жизненный цикл пяти моделей женского платья

Задание: определите, на какой стадии жизненного цикла товара находится каждая из моделей платья. Можно ли, используя рисунок 10, построить матрицу «Бостон консалтинг групп»? Если можно, то постройте и проведите соответствующий анализ.

Задача 2. Вы, наверное, слышали такое название духов, как «Шанель № 5». Выведенные на мировой рынок в 20-е годы прошлого столетия духи до сих пор занимают лидирующие позиции в мире по объемам продаж, в то время как вновь разработанные и выводимые на рынок новые виды парфюма обычно находятся на стадии насыщения около трех месяцев.

Задание

Чем, на ваш взгляд, обусловлен успех «Шанель № 5» на мировом рынке? Какие виды парфюма с продолжительным жизненным циклом вам еще известны?

Задача 3. Проанализируйте этапы жизненного цикла следующих товаров: безалкогольного напитка, автомобиля, делового костюма, продукта питания и электробытового прибора. Объясните, каким образом вы выделили различные этапы ЖЦТ этих товаров. Подумайте, что произойдет с товаром, когда он окажется на этапе упадка?

Задача 4. Какой этап жизненного цикла товара является, на ваш взгляд, самым важным? На каком этапе товар подвергается наибольшему риску? На каком этапе компания получает максимально возможную прибыль? На каком этапе необходимо проявлять повышенное внимание к товару? Аргументированно поясните каждый Ваш ответ

Ситуационный практикум № 4.

Ситуация 2. «ТАПОЧКИ ИЗ БРЯНСКА»

Компания «АМИ» – маленькое частное предприятие, расположенное в небольшом среднерусском городе Брянске. Фирма была образована в феврале 1996 г., в устав ее были заложены (на всякий случай) всевозможные разрешенные законодательством виды деятельности. Форма организации – общество с ограниченной ответственностью. Владелец, директор и менеджер выступают в одном лице. На протяжении 5 лет фирма занималась самыми разными видами бизнеса: посредническими операциями, издательской и рекламной деятельностью и производством.

В настоящее время основным видом деятельности является производство и реализация одноразовых тапочек. Это направление возникло почти стихийно. В качестве уставного капитала фирме достался некоторый запас нового необычного материала под названием пенополиэтилен (софтлон). Софтлон – это эластичный, очень приятный на ощупь, экологически безопасный, водоотталкивающий, теплонепроницаемый, шумоизолирующий полимер. Было ясно, что «зависшую» партию материала продать в рулонах невозможно, поэтому было решено организовать штамповку изделий из него. Но какие изделия можно было быстро придумать?

Для решения этой проблемы провели «мозговой штурм»: раздали кусочки материала друзьям, родственникам, знакомым и попросили ответить на вопрос: «Что бы вы хотели получить из этого материала?». Из огромного множества идей были выбраны самые быстро осуществимые, и эксперимент начался: производили хозяйственные коврики для ванной комнаты, туалета, балкона, сауны; пляжные коврики; подставки под

горячие блюда; подставки для офисной техники (для телефона, факса, пишущей машинки, клавиатуры, принтера, коврики для «мышки»).

Канцелярское направление отпало почти сразу: офисная техника не нуждается в подставках. Хозяйственные коврики покупателю понравились, но они оказались очень практичны и долговечны, поэтому местный рынок насытился довольно быстро, а объем продаж постоянно колебался в такт задержкам зарплаты на предприятиях города. Одним словом, все эти товары – коврики, подставки, подушки – могли служить лишь вспомогательной продукцией, но не основной. Только банные и пляжные коврики (к сезону) продолжают привлекать заказчиков.

В итоге в качестве ключевого типа деятельности было выбрано производство совершенно нового для России товара в совершенно новой для частного предприятия сфере – гостиничного бизнеса. Этот выбор произошел тоже достаточно случайно: коммерческая деятельность подразумевает частые командировки и проживание в гостиницах. Проблемы гостиничного клиента хорошо ощущаются «на собственной шкуре»: все бытовые мелочи – от мыла и зубной щетки до тапочек – приходилось возить с собой.

Однажды, отправившись в очередную поездку в Москву, один из организаторов будущего бизнеса забыл взять с собой домашние тапочки. Каково же было его удивление, когда на пороге гостиничного номера оказались простенькие, кривенькие, полубумажные, непрочные, китайские, но такие нужные тапочки. Совпали три фактора: лично прочувствованная потребность клиента, запас подходящего материала, и зарождающаяся готовность российских гостиниц позаботиться об уровне сервиса.

На Западе уже существует огромная индустрия для обеспечения отелей самыми разнообразными товарами индивидуального пользования. Когда на российском гостиничном рынке возникла конкуренция, менеджеры осознали: за клиента надо бороться не только с помощью низких цен, но и путем повышения сервиса.

Крупные российские производители нацелиться на этот свободный рыночный сектор пока не успели: экономическая ниша абсолютно свободна. Зарубежные фирмы, поставляющие одноразовые гигиенические наборы для отелей, открыли в Москве свои представительства, которые и оказались главными конкурентами АМИ. У продукции АМИ было преимущество – дешевизна. Подобного рода товар поставлялся из Китая, но он был плохого качества – тапки буквально расклеивались уже через день носки. Кроме того, китайские производители использовали в основном материал на тканной основе, что делало их продукцию влагопроницаемой – тапочки АМИ в этом плане оказались более привлекательны.

Производство тапочек не требовало дорогого оборудования и высоких технологий. Наладить новое производство и организовать работу специалистов профессионалов было вполне по силам. Целевой сегмент определился: столичный и брянский гостиничные рынки. Самые

доступные каналы сбыта тоже стали ясны: сочетание прямых продаж с поиском торговых посредников.

АМИ предстояло «известить гостиничный мир» о появлении новой продукции и убедить, что их тапочки – именно тот товар, который позволит гостиницам решить проблему повышения уровня сервиса, завоевать клиента, создать в номере атмосферу домашнего уюта, получить дополнительную прибыль и даже уберечь от быстрого износа ковровые покрытия. Фирме предстояло доказать, что брянские тапочки качественнее дешевых китайских и практичнее (не промокают) дорогих европейских. АМИ не могла опираться на рекламу: не было денег. Единственный доступный фирме метод – почтовая рассылка коммерческих предложений – не дал ни одного заказа: в письме действительно очень трудно объяснить суть нового товара и новой услуги.

«Прямые продажи» очень трудно осуществлять, находясь в Брянске: большие командировочные расходы, плохая телефонная связь (пару раз не дозвонившись, клиент может оставить идею заказа), неудобство при пересылке маленьких партий товара (а ведь крупного заказчика «выращивают» из мелкого клиента). Поэтому хотя дело и растет, но недостаточно быстро. В качестве рекламной поддержки АМИ участвует ежегодно в выставках «Гостиничный бизнес». Именно выставки расширили географию клиентов: фирма получила заказы из Краснодара. Мурманска, Калининграда, Иркутска и других городов.

Вопросы

1. На какие новые рынки может быть ориентирована продукция фирмы АМИ?

2. Какими способами можно проникнуть на эти рынки, учитывая минимальный рекламный бюджет?

3. Предложите другие области применения продукции.

Типовые задания к теме 4. Формирование эффективной структуры ассортимента товаров в сфере торговли

Вопросы для обсуждения на семинаре № 4

1. Какие этапы включает в себя формирование ассортимента товаров в магазине?

2. Какие показатели необходимо учитывать при формировании ассортимента товаров?

3. Что лежит в основе управления товарной номенклатурой?

4. Что включает в себя ассортиментная политика?

5. Назовите основные методы формирования ассортимента.

6. В какой последовательности формируется ассортимент товаров?

7. Формирование товарного ассортимента предприятия и его прогнозная оценка.

Практикум по решению задач № 5

Бостонская матрица – разработанная Бостонской консультационной группой (БКГ) таблица видов товаров, отличающихся темпом роста продаж и долей занимаемого рынка.

В ее основе лежит модель жизненного цикла товара, в соответствии с которой товар в своем развитии проходит четыре стадии (рис. 2).

Бостонская матрица, иногда, по понятным причинам, называемая «матрицей звезд и собак», возникла в 1960-е гг. Первоначально она представляла собой модель «рост – доля рынка». Она по-прежнему широко применяется, являясь воплощением общих представлений о стратегических решениях.

В сущности, это простая таблица «2x2» (этот формат по-прежнему в почете у консультантов), которая показывает рост рынка и относительную рыночную долю для всех видов бизнеса компании. Каждый бизнес можно поместить в матрицу и соответствующим образом классифицировать.

Гипотеза, положенная в основу бостонской матрицы, заключается в том, что компании с большей рыночной долей в быстрорастущих отраслях более прибыльны. Чем ближе к левому краю таблицы располагается бизнес, тем сильнее должна быть компания. Матрицу можно применять для отдельных продуктов или целых компаний.

«Звезды»: высокорентабельные группы товаров с высокой долей в обороте. Должны быть объектом особенного внимания, поддержки и развития.

«Дикие кошки» (Знаки вопроса, темные лошадки, трудные дети): высокодоходные группы товаров с невысокой, однако, долей в обороте. Необходимо предпринимать усилия по увеличению объемов продаж.

«Дойные коровы»: группы товаров с существенной долей в объеме продаж, однако приносящие не очень высокий доход. Особенного внимания не требуют.

«Собаки»: группы товаров с низким оборотом и низкой доходностью. По возможности такие группы необходимо сокращать до возможного минимума.



Рисунок 2. Бостонская матрица

Преимущества Бостонской матрицы

- теоретическая проработка взаимосвязи между финансовыми поступлениями и анализируемыми параметрами;
- объективность анализируемых параметров (относительная рыночная доля и темп роста рынка);
- наглядность получаемых результатов и простота построения;
- она позволяет сочетать анализ портфеля с моделью жизненного цикла товара;
- проста и доступна для понимания;
- легко разработать стратегию для бизнес-единиц и инвестиционную политику.

Недостатки Бостонской матрицы:

- Модель БКГ строится на нечетком определении рынка и доли рынка для бизнес-отраслей.
- Значение доли рынка переоценено. Многие факторы, которые оказывают влияние на прибыльность отрасли упущены.
- Модель БКГ перестает работать, когда её применяют к отраслям с низким уровнем конкуренции.
- Высокие темпы роста – это далеко не главный признак привлекательности отрасли.

Правила построения

Горизонтальная ось соответствует относительной доле рынка, координатное пространство от 0 до 1 в середине с шагом 0,1 и далее от 1 до 10 с шагом 1. Оценка доли на рынке является результатом анализа продаж всех участников отрасли. Относительная доля рынка рассчитывается как отношение собственных продаж к продажам сильнейшего конкурента или трех сильнейших конкурентов, в зависимости от степени концентрации на конкретном рынке. 1 означает, что собственные продажи равны продажам сильнейшего конкурента.

Вертикальная ось соответствует темпам роста рынка. Координатное пространство определяется темпами роста всех продуктов компании от максимального до минимального, минимальное значение может быть отрицательное, если темп роста отрицательный. Темп роста выручки от продаж:

$$Тр_N = N_1 / N_0,$$

где N_l – выручка от продаж в отчетном периоде,

N_0 – выручка от продаж в предыдущем (базисном) периоде.

Коэффициент показывает, сколько процентов составляет оборот (выручка от продаж) отчетного периода в отношении к предшествующему (базисному) периоду. Темпы роста показывают, сколько процентов составляет последующий уровень ряда по сравнению с предыдущим или по сравнению с начальным уровнем.

По каждому продукту устанавливается пересечение вертикальной и горизонтальной оси и рисуется круг, площадь которого соответствует доле продукта в объемах продаж компании.

Практикум по решению задач № 6

Задача 1. Разработайте ассортимент товаров, продаваемых в детском магазине с вывеской «Умняша».

Какие продуктовые линии должны быть предложены в магазине?

Охарактеризуйте предложенный вами ассортимент товаров с позиций ширины и глубины. Какие принципы были использованы вами при формировании ассортимента?

Опишите целевых потребителей данных магазинов. Охарактеризуйте конкурентную ситуацию – ближайшие конкуренты, их сильные и слабые стороны. Опишите свои отличительные преимущества.

Задача 2. Разработайте ассортимент товаров, продаваемых в магазине с вывеской: «Чайная планета».

Какие продуктовые линии должны быть предложены в магазине? Охарактеризуйте предложенный вами ассортимент товаров с позиций ширины и глубины. Какие принципы были использованы вами при формировании ассортимента?

Опишите целевых потребителей данных магазинов. Охарактеризуйте конкурентную ситуацию – ближайшие конкуренты, их сильные и слабые стороны. Опишите свои отличительные преимущества.

Задача 3.

А. Разработайте товарный ассортимент для своего предприятия и изобразите его в виде таблицы.

Б. Охарактеризуйте товарный ассортимент с точки зрения широты и глубины.

Задача 4. Предприятие «Керамин» является одним из крупнейших предприятий Европы по производству керамических изделий и строительных материалов. Предприятие изготавливает: плитки керамические для внутреннейоблицовки стен 152 разновидностей; плитки керамические для полов 64 разновидностей; плитки для полов «Грес» 4 разновидностей; плитки фризовые 50 разновидностей; санитарные керамические изделия 147 разновидностей; кирпич керамический 6 разновидностей; наборы образцов для каминов 28 разновидностей; декоративные изделия 8 разновидностей.

Задание. Определите широту товарного ассортимента, показатели глубины, насыщенности, а также оцените, насколько гармоничным является товарный ассортимент предприятия «Керамин» с точки зрения потребителей или сучетом другие факторов.

Типовые задания к теме 5. Основы категорийного менеджмента

Вопросы для обсуждения на семинаре № 5

Цель семинара – закрепление теоретических знаний по дисциплине, проверка базисных знаний, выявление должностных обязанностей категорийного менеджера.

Задачи:

– рассмотрение должностных характеристик категорийного менеджера;

– разработка предложений по совершенствованию должностных характеристик категорийного менеджера;

– освоение метода «мозгового штурма».

Проведение дискуссии на тему: «В чем необходимость применения методики эффективного отклика на запросы потребителей и каковы возможности ее применения?»

1. Обсуждение достоинств и недостатков методики.

2. Выявление необходимости ее использования.

3. Установление возможности ее применения в условиях розничного торгового предприятия.

4. Подведение итогов.

Ситуационный практикум № 3. Совмещенный ABC- и XYZ-анализ

Сочетание ABC и XYZ анализов выявляет безусловных лидеров (группа AX) и аутсайдеров (CZ). Оба метода хорошо дополняют друг друга. Если ABC-анализ позволяет оценить вклад каждого продукта в структуру сбыта, то XYZ-анализ позволяет оценить скачки сбыта и его нестабильность. Рекомендуется делать совмещенный анализ, где в ABC-анализе используются два параметра - объем продаж и прибыль.

Всего при проведении такого многомерного совмещенного анализа получается 27 групп товаров.

Результаты такого анализа можно использовать для оптимизации ассортимента, оценки рентабельности товарных групп, оценки логистики, оценки клиентов оптовой компании.

Преимущества совмещенного ABC и XYZ-анализов.

Использование совмещенного ABC и XYZ-анализов имеет ряд значительных преимуществ, к которым можно отнести следующие:

– повышение эффективности системы управления товарными ресурсами;

– повышение доли высокоприбыльных товаров без нарушения принципов ассортиментной политики;

– выявление ключевых товаров и причин, влияющих на количество товаров, хранящихся на складе;

– перераспределение усилий персонала в зависимости от квалификации и имеющегося опыта.

Формирование показателей ABC- и XYZ-анализов.

Перед тем как совместить показатели ABC- и XYZ-анализов, необходимо провести ABC-анализ товаров по сумме полученного дохода или по количеству реализованной продукции за определенный учетный период, например, за год. Затем осуществляется XYZ-анализ этих товаров за этот же период, например, по количеству ежемесячной реализации за

год. После этого результаты совмещаются. При совмещении определяется девять групп товаров:

AX	BX	CX
AY	BY	CY
AZ	BZ	CZ

Выделение девяти групп товаров при совмещенном ABC и XYZ-анализе.

1) Товары групп A и B обеспечивают основной товарооборот компании, поэтому необходимо обеспечивать постоянное их наличие. Как правило, по товарам группы A создается избыточный страховой запас, а по товарам группы B – достаточный. Использование XYZ-анализа позволяет точнее настроить систему управления товарными ресурсами и за счет этого снизить суммарный товарный запас.

2) Товары группы AX и BX отличает высокий товарооборот и стабильность. Необходимо обеспечить постоянное наличие товара, но для этого не нужно создавать избыточный страховой запас. Расход товаров этой группы стабилен и хорошо прогнозируется.

3) Товары группы AY и BY при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность расхода, и, как следствие, для того чтобы обеспечить постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас.

4) Товары группы AZ и BZ при высоком товарообороте отличаются низкой прогнозируемостью расхода. Попытка обеспечить гарантированное наличие по всем товарам данной группы только за счет избыточного страхового товарного запаса приведет к тому, что средний товарный запас компании значительно увеличится.

Поэтому по товарам данной группы следует пересмотреть систему заказов:

– перевести часть товаров на систему заказов с постоянной суммой (объемом) заказа;

– обеспечить по части товаров более частые поставки;

– выбрать поставщиков, расположенных близко к складу, тем самым снизив сумму страхового товарного запаса;

повысить периодичность контроля;

– поручить работу с данной группой товаров самому опытному менеджеру компании и т. п.

5) Товары группы C составляют до 80% ассортимента компании. Применение XYZ-анализа позволяет сильно сократить время, которое менеджер тратит на управление и контроль над товарами данной группы

6) По товарам группы CX можно использовать систему заказов с постоянной периодичностью и снизить страховой товарный запас.

7) По товарам группы CY можно перейти на систему с постоянной суммой (объемом) заказа, но при этом формировать страховой запас, исходя из имеющихся у компании финансовых возможностей.

8) В группу товаров CZ попадают все новые товары, товары спонтанного спроса, поставляемые под заказ и т. п. Часть этих товаров можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать, так как именно из товаров этой группы возникают неликвидные или труднореализуемые товарные запасы, от которых компания несет потери. Выводить из ассортимента необходимо остатки товаров, взятых под заказ или уже не выпускающихся, то есть товаров, обычно относящихся к категории стоков.

Задание 1. Изучите теоретическую часть, сделайте конспект в тетради.

Задание 2. Используя собственные данные – прайс-листы торговых организаций, результаты ситуационных практикумов № 2-3, проведите совмещенный ABC/XYZ анализ по ассортименту группы продуктов питания, изучаемых вами.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление ассортиментом» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет с оценкой представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** **– 90-100 (отлично**) – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 -89 (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **- 50-69 (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. **«Не зачтено»** **- менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Цели, задачи управления ассортиментом товаров.
2. Основные понятия в области управления ассортиментом товаров.
3. Объекты и предмет управления ассортиментом товаров
4. Понятие и сущность товарной политики.
5. Свойства и основные показатели ассортимента товаров.
6. Составляющие товарной политики предприятия.
7. Этапы формирования ассортимента в розничном торговом предприятии.
8. Стратегия и тактика управления ассортиментом
9. Ассортиментная политика розничного торгового предприятия.
10. Понятие категорийного менеджмента.
11. Особенности внедрения категорийного менеджмента.
12. Специфика процесса управления в категорийном менеджменте
13. Выделение категорий в товарном ассортименте.
14. Структурирование ассортимента.
15. Разработка стратегии продвижения товара.
16. Оценка ассортиментной политики предприятия.
17. Стратегическое управлении товаром.
18. Управление жизненным циклом товара на всех стадиях его существования.
19. Этапы тактического управления товаром.
20. Формирование категорий в ассортименте.
21. Аналитические основы управления товарным ассортиментом.
22. Методика проведения ABC-анализа торгового ассортимента.
23. Методика проведения XYZ-анализа торгового ассортимента.
24. Совмещенный ABC-, XYZ-анализ ассортимента торгового предприятия.
25. Определение структуры ассортимента.
26. Корректировка цен на товары внутри категории.
27. Распределение торговых площадей между категориями.
28. Формирование товарных запасов розничной торговой организации.
29. Определение излишков и дефицита товаров.
30. Определение уровня страхового запаса и модель оптимального размера заказа.

Задания 2-го типа

1. Проанализируйте этапы концепции управления товарным ассортиментом, разработанная Ф. Котлером?

2. Какими способами магазин может увеличить длину товарной линии? Ответ обоснуйте.

3. Опишите основные задачи управления товарным ассортиментом.

4. Охарактеризуйте принципы управления товарным ассортиментом?

5. Какие показатели используются для оценки товарного ассортимента?

6. Охарактеризуйте методы анализа, которые используются в системе управления товарным ассортиментом?

7. Почему по Вашему мнению важно правильно определить месторасположение будущего магазина?

8. Чем обусловлено значение товарной марки при формировании ассортимента? Приведите пример.

9. В чем значение упаковки при формировании товарного ассортимента? Обоснуйте ответ.

10. В чем заключается сущность сегментации потребительского рынка? С какой целью это осуществляется?

11. Охарактеризуйте основные признаки и критерии сегментации потребительского рынка.

12. Какую роль играет цена при определении конкурентоспособности товаров? Ответ обоснуйте.

13. В чем отличие между ценой покупки и ценой потребления? Приведите пример.

14. Охарактеризуйте основные пути поддержания уровня качества товаров.

15. В чем состоит смысл управления конкурентоспособностью товара?

16. Проанализируйте основные направления повышения конкурентоспособности товара.

17. Раскройте основные приемы прогнозирования продаж в розничной торговле.

18. Опишите основные требования, которые необходимо учитывать при формировании торгового ассортимента.

19. Опишите направления корректировки ассортимента товаров. Для чего проводится корректировка ассортимента товаров?

20. Опишите процесс обновления ассортимента товаров. Приведите пример.

21. В чем заключается сущность активизации продаж?

22. В чем состоит сущность товарной категории? Ответ обоснуйте.

23. Каковы принципы управления ассортиментом по товарным категориям?

24. Проанализируйте положительные стороны внедрения категорийного менеджмента.

25. Охарактеризуйте этапы формирования ассортимента по товарным категориям.

26. В чем состоит смысл структурирования ассортимента товаров?

27. Раскройте понятие товарного классификатора. Обозначьте

уровни его деления.

28. В чем заключается балансировка ассортимента по широте?

29. В чем заключается балансировка ассортимента по глубине?

30. Раскройте особенности корректировки цен на товары разных товарных категорий?

Задания 3-го типа

Задание 1. Сопоставить широту ассортимента швейных изделий в трех матрицах, рассчитав коэффициент широты ($К_ш$). Базовая широта ($Ш_б$) взята по ассортиментному перечню, фактическая широта ($Ш_ф$) представлена в таблице.

Задание 2. Пользуясь Интернет источниками, учебной литературой, разработать ассортиментную матрицу по определенному магазину. Ассортиментную матрицу оформить в таблице.

Задача 3. Магазин «Кенгуру» имеет в продаже: обои-дуплекс - 7 расцветок, обои виниловые - 6 расцветок, фотообои – 2 вида, «жидкие» обои – 3 вида. Новые виды по 1 каждого, в прайс-листе поставщика по 10 каждого вида. Рассчитайте широту, полноту, степень обновления ассортимента.

Задача 4. Определите полноту и степень обновления ассортимента магазина «Обувь» имеющего в продаже: кроссовки – 7 фасонов, сапоги женские – 5, ботики – 4, туфли – 6, полуботинки – 8 фасонов, если на оптовом предприятии предполагают по 8 фасонов каждого вида, из имеющихся по 3 новинки. Ваши действия по созданию рационального ассортимента к лету.

Задача 5. Определите полноту и степень обновления ассортимента магазина «Трикотаж», имеющего в продаже джемпера – 3 фасона, юбки – 7, брюки – 5, жакеты – 4, свитера – 6, если на оптовом предприятии предлагают по 8 фасонов каждого вида. Из имеющихся в продаже товаров – по 1 новинки каждого вида.

Задача 6. Определите полноту и степень обновления ассортимента магазина «Трикотаж» имеющего в продаже: джемпера – 6 фасонов, платья – 4, брюки – 3, жакеты – 4, свитера – 4 фасонов, если на оптовом предприятии предполагают по 6 фасонов каждого вида, из имеющихся по 2 новинки. Ваши действия по созданию рационального ассортимента к лету.

Задача 7. Магазин «Ткани». Рассчитайте структуру ассортимента в натуральном выражении, если на текущий момент имеется в наличии: ситца – 770 м., подкладочные – 600 м., мебельно-декоративной – 450 м., батиста – 300 м., вельвета – 300 м. Какие решения должен принять товаровед в зависимости от времени года.

Задача 8. Рассчитайте структуру ассортимента магазина, имеющего в продаже: изделия верхнего трикотажа – 450 шт., белье – 350 шт., чулочно-носочных – 250 пар, головные уборы, шарфы – 200 шт. Определите направления ассортиментной политики при смене сезона.

Задача 9. Рассчитайте структуру ассортимента магазина, имеющего в продаже: изделия верхнего трикотажа - 450 шт., белье – 350 шт., чулочно-

носочных – 250 пар, головные уборы, шарфы – 200 шт. Определите направления ассортиментной политики при смене сезона.

Задание 10. Проанализируйте и оцените рациональность ассортиментной политики каждой обследованной торговой фирмы с учетом ее местонахождения, предполагаемого сегмента потребителей, наличия конкурентов. Дайте обоснование Вашим рекомендациям по совершенствованию ассортиментной политики торговых фирм. Результаты анализа и оценки запишите в тетрадь.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
_____
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «Управление продажами»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине 3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программой 4
III. Тематический план 6
IV. Содержание дисциплины 7
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 9
VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 17
VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 21

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Управление продажами» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

Изучение дисциплины «Управление продажами» ориентировано на получение обучающимися знаний в области базовых понятий, экономического содержания и представлений теории и практики поведения потребителей, формирование общей системы теоретических и концептуальных представлений о рыночном поведении потребителей в процессе принятии решения о покупке товаров.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06. «Торговое дело» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Б1.В.05.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 4 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины:

Теоретическая и практическая подготовка обучающихся в области формирования у будущих специалистов соответствующих теоретических знаний и практических навыков, направленных на моделирование, максимально эффективное управление и контроль за продажами товаров и услуг.

Моделирование профессиональной деятельности и формирование компетенций, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в области продаж.

Задачи дисциплины:

- усвоение теоретических понятий курса, методов и инструментов управления продажами;
- приобретение практических навыков в области закупочно-сбытовой деятельности;
- освоение современных технологий продаж в торговле;
- овладение эффективными методами управления торгово-технологическими процессами

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММОЙ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Индикаторы достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.1** Использует инструменты и методы управления коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедряет современные технологии продаж	знает методы и инструменты торгово-технологической деятельности; процессы организации и планирования материально-технического обеспечения, планирование и управление объемов закупок	умеет применять эффективные методы продаж в сбытовой политике организации	иметь практический опыт организации и управления торгово-технологическими процессами на основе знания современных технологий продаж	Контактная работа: Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Реферат Самостоятельная работа
		ПК-1.3 Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой ,маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	знает функции управления сбытом и принципы организации торговли на основе заключения договоров	умеет осуществлять поиск, выявлять и оценивать эффективность каналов распределения товарных потоков при решении профессиональных задач	имеет практический опыт планирования графика поставок, формирования оптимального ассортимента и оценки объема продаж в целях управления торгово-технологическими процессами торговой организации	Контактная работа: Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Реферат Самостоятельная работа

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
		ПК-1.4. Анализирует и оценивает ресурсный потенциал в целях управления торгово-экономическими системами	Знает совокупность ресурсов торговли, методы и формы продаж	Умеет обобщать и системно анализировать ресурсный потенциал торгово-экономической системы	имеет практический опыт оценки товарооборота как результата управления продажами	Контактная работа: Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум
Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	**ПК-2**	**ПК-2.3** Предлагает и использует современные способы управления системой закупок и продаж товаров	Знает сущность и содержание основных технологических этапов процесса продажи, принципы реализации сбытовой политики в торговле	Умеет выявлять содержание процессов закупки и современных методов продажи товаров, применять методику АВС анализа , формировать ассортментную матрицу прродаж	имеет практический опыт ведения переговоров и заключения договоров поставки, документального оформления товарно-транспортных документов, применять управленческие решения по результатам АВС и XYZ анализа в торговом предприятии	Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Самостоятельная работа

III. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)										
	Лекции	**Семинары**	**Практикум по решению задач**	**Ситуационный практикум**	**Мастер-класс**	**Лабораторный практикум**	**Тренинг**	**Дидактическая игра**	**Из них в форме практической**	**Самостоятельная работа обучающихся**	**ТКУ / балл Форма ПА**
Очная форма											
Тема 1. Ресурсы в системе управления продажами	8	-	8	2						6	Практикум по решению задач /10 Ситуационный практикум/5
Тема 2. Сбытовая политика и современные методы продаж в торговле	6	2	6	2						6	Семинар /5 Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/5
Тема 3. Технологии оптовых и розничных продаж.	6	2	6	2						4	Семинар/5 Ситуационный практикум /5 Практикум по решению задач/10 Реферат/5
Тема 4. Содержание основных этапов процесса продажи	6	2	6	2						6	Семинар/5 Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/5
Тема 5. Управление товарным ассортиментом	6	2	6							6	Семинар/5 Практикум по решению задач/10 Реферат/5
Всего:	**32**	**8**	**32**	**8**						28	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

IV. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Ресурсы в системе управления продажами

Система управления продажами в торговле. Механизм взаимоотношений субъектов рынка в цепочке управления продажами.

Ресурсный потенциал в системе управления продажами. Торговое оборудование как элемент основных фондов торгового предприятия и расчет эффективности их использования. Сущность, состав и структура основных фондов предприятия. Методы оценки основных фондов. Износ основных фондов и его измерение.

Оборотные средства торговых организаций и оценка эффективности их использования. Сущность, состав и структура оборотных средств. Кругооборот оборотных средств. Определение потребности в оборотных средствах. Товарные запасы и их виды.

Трудовые ресурсы торговых организаций. Состав трудовых ресурсов. Показатели, характеризующие персонал предприятия. Мотивационный фактор и его роль в управления трудовыми ресурсами в организации.

Источники формирования финансовых ресурсов организаций торговли.

Информационные ресурсы и рекламная деятельность в торговле.

Тема 2. Сбытовая политика и современные методы продаж в торговле

Реализация сбытовой стратегии как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия. Договор поставки. Взаимосвязь сбытовой деятельности и маркетинга. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочной и сбытовой деятельности. Каналы сбыта: прямые и косвенные. Сущность сбытовой политики и системы товародвижения. Факторы формирования и функции каналов товародвижения.

Личная продажа как элемент коммуникационной и сбытовой политики. Влияние продавца на покупателя.

Содержание деятельности по стимулированию продаж. Виды и методы стимулирования продаж. Стимулирование торговых посредников и персонала.

Управление каналами сбыта. Координации системы продаж, маркетинговой стратегии и организационной структуры компании. Роль и значение рыночной среды в управлении продажами. Понятие и факторы рыночной среды. Особенности рыночной среды и их оценка. Исследование рыночной среды с системе управления продажами. Стратегии эксклюзивного, селективного и интенсивного сбыта. Этапы разработки сбытовой политики предприятия. Основные виды посредников при косвенном канале сбыта. Коммуникационные стратегии в канале сбыта. Анализ сбытовых издержек.

Тема 3. Технологии оптовых и розничных продаж.

Формирование технологии эффективных продаж. Основные этапы формирования технологии эффективных продаж.

Методы продаж: самообслуживание, продажа с открытой выкладкой, продажа с индивидуальным обслуживание, продажа по образцам, продажа через сеть Интернет. Характеристика метода «воронка продаж», его роль в управлении продажами. Критерии SMART в управлении продажами. Схема презентации товара AIDA

Цикл управления продажами и сервисом. Элементы построения системы продаж.

Факторы, влияющие на эффективность продаж: спрос потребителей, их потребности, рекламная политика, скидки, качество продукции, стимулирование персонала, грамотное прогнозирование объемов продаж.

Организация коммерческой работы по оптовым закупкам и розничным продажам.

Товарная и ассортиментная политика в оптовой и розничной торговле. Методы стимулирования продаж. Цена как фактор управления поведением покупателей.

Интерьер мест продажи и принципы его формирования в зависимости от конкретных ситуаций.

Качество и культура торгового обслуживания. Влияние качества и культуры торгового обслуживания на активность покупательского поведения. Оценка показателей качества обслуживания клиентов.

Элементы трейд-маркетинга. Модель продаж push and pull.

Мерчандайзинг поставщика и розничных торговых предприятий.

Планировка мест продажи и пространственное размещение товаров и услуг; способы оптимизации.

Тема 4. Содержание основных этапов процесса продажи

Этапы продаж: знакомство/становление контакта; выявление потребностей клиента; презентация; работа с возражениями; завершение сделки. Особенности профессиональной деятельности сотрудников отдела продаж, выполняющих различные функциональные роли. Типы организации отдела продаж на предприятии. Критерии эффективности деятельности отдела продаж. Психологические аспекты продажи товаров и услуг.

Основные стадии поведения покупателей в процессе продажи товаров и услуг. Основные этапы этих стадий и их логическая взаимосвязь. Способы прямого и косвенного воздействия на клиентов на каждом этапе и ситуационные условия их применения.

Профессиональные качества продавца, вызывающие доверие со стороны покупателей. Ситуационные факторы подбора персонала по

половозрастным характеристикам, типу внешности, психологической структуре личности и др.

Необходимость учета ситуационных условий при применении способов прямого и косвенного воздействия на клиентов. Методы превентивной диагностики профессиональных качеств продавца. Особенности работы с отдельными типами покупателей в оптовой и розничной торговле.

Подбор, обучение и мотивация различных категорий сотрудников отделов продаж. Подбор, обучение и мотивация различных категорий торгового персонала.

Тема 5 . Управление товарным ассортиментом

Выбор товара, источники поставок. Критерии выбора товара. Концепция нового товара. Стратегии продвижения на рынок. Стратегии обоснования выбора выгодного поставщика. Значение системы товародвижения. Экономическая эффективность системы товародвижения

Подходы к управлению продажами в зависимости от выбранного метода продаж. Управление продажами при применении метода продажи на дому у покупателей, метода продажи по образцам, метода продажи по предварительным заказам, метода продажи с открытой выкладкой, метода продажи с самообслуживанием. Вендинг. Подходы к организации Интернет-продаж. Понятие «многоканальные продажи», преимущества применения.

Концепция управления товарным ассортиментом. Товарный ассортимент: свойства и показатели. Методы анализа ассортимента. Управление товарным ассортиментом.

Распределение торговой площади. Критерии и признаки выбора торговой площади.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Управление продажами» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения.

Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Порядок проведения семинара:

1) предоставление перечня вопросов, подлежащих рассмотрению на семинаре, а также перечня информационных источников, рекомендуемых для изучения рассматриваемых вопросов;
2) распределение заданий (темы докладов и сообщений);
3) выступление обучающихся по подготовленным темам;
4) обсуждение темы сообщения (дискуссия);
5) подведение итогов семинара и оценивание работы обучающихся как выступавших, так и принимавших участие в дискуссии.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения решения задач необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций,

рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов по решению задач

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Порядок проведения практикума по решению задач

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

Выполнение заданий практикума.

1. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
2. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические рекомендации по проведению ситуационного практикума.

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, цель которого состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и устного изложения собственных мыслей.

Ситуационный практикум должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках курса, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Элементы содержания ситуационного практикума:

1. Выделение основной проблемы;
2. Краткая формулировка собственного взгляда, видения проблемы;
3. Анализ различных научных взглядов психологов, социологов, политиков, писателей и др. на данную проблемы;
4. Авторский вывод из приведенных суждений (авторская позиция).

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Управление продажами» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Реферат

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Ресурсы в системе управления продажами	Мотивационный фактор и его роль в управления трудовыми ресурсами в организации. Источники формирования финансовых ресурсов организаций торговли. Информационные ресурсы и рекламная деятельность в торговле.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму.	Отчет по практикуму по решению задач/ Ситуационный практикум
Тема 2. Сбытовая политика и современные методы продаж в торговле	Понятие и факторы рыночной среды. Особенности рыночной среды и их оценка. Исследование рыночной среды с системе управления продажами. Этапы разработки сбытовой политики предприятия. Основные виды посредников при косвенном канале сбыта. Коммуникационные стратегии в канале сбыта.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Дискуссия на семинаре Отчет по практикуму по решению задач/ Ситуационный практикум
Тема 3. Технологии оптовых и розничных продаж.	Факторы, влияющие на эффективность продаж: спрос потребителей, их потребности, рекламная политика, скидки,	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet	Дискуссия на семинаре Отчет по практикуму по решению задач/

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	качество продукции, стимулирование персонала, грамотное прогнозирование объемов продаж. Организация коммерческой работы по оптовым закупкам и розничным продажам. Влияние качества и культуры торгового обслуживания на активность покупательского поведения.	Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму Подготовка реферата.	Ситуационный практикум Реферат.
Тема 4. Содержание основных этапов процесса продажи	Профессиональные качества продавца, вызывающие доверие со стороны покупателей. Ситуационные факторы подбора персонала по половозрастным характеристикам, типу внешности, психологической структуре личности и др. Необходимость учета ситуационных условий при применении способов прямого и косвенного воздействия на клиентов. Методы превентивной диагностики профессиональных качеств продавца. Особенности работы с отдельными типами покупателей в оптовой и розничной торговле.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка к ситуационному практикуму	Дискуссия на семинаре Отчет по практикуму по решению задач/ Ситуационный практикум
Тема 5. Управление товарным ассортиментом	Концепция управления товарным ассортиментом. Распределение торговой площади. Критерии и признаки выбора торговой площади под магазин. Вендинг. Понятие «многоканальные продажи», преимущества применения. Подходы к организации Интернет-продаж.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач Подготовка реферата.	Дискуссия на семинаре Отчет по практикуму по решению задач Реферат

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767

Дополнительная литература:

1. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами. Учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; М.: Юнити-Дана, 2015. - 622 с. : [Электронный] - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548 Чеглов В.П. Экономика и организация управления розничными

2. Чернухина Г.Н. Организация торговли. Учебное пособие.М.,Университет «Синергия», 2016

3. Управление продажами: учебное пособие / под общ. ред. С.П. Гурской. - Минск: Вышэйшая школа, 2015. - 304 с.: [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460854

Нормативно-правовые документы:

1. Федеральный закон от 28.12.2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ». http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/

2. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» от 24.07.07. № 209-ФЗ. https://base.garant.ru/12154854/

3. Федеральный закон от15.02.1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей»

4. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51303 – 2013. Торговля. Термины и определения

5. Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли».

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Центр профессиональных коммуникаций. Книги и статьи	http://www.profcomm.org
2.	Информационный портал «Коммерсант»	http://www.kommersant.ru/
3.	Журнал «Ритейлер»	http://www.retailer.ru
4.	Журнал «Управление продажами»;	http://www.salesmanagement.ru/
5.	Информационное агентство «Ритейл»	http://www.retail.ru
6.	Официальный сайт федеральной службы государственной статистики	www.gks.ru.
7.	Информационный портал технологии магазиностроения	http://www.shop-academy.com
8.	Информационный портал «Ведомости»	http://www.vedomosti.ru
9.	Информационный портал «РБК»	http://www.rbc.ru
10.	Информационный портал о логистике, транспорту, таможне	www.logistic.ru
11.	Информационный порта компании X5 Retail group	http://www.x5.ru
12.	Информационный порта компании Vfuybn	http://www.magnit.ru
13.	Информационный порта компании Auchan	http://www.aucham.ru
14.	Информационный порта компании Metro Group	http://www.metro.ru
15.	Информационный порта компании Okey	http://www.okey.ru
16.	Информационный портал «Российская газета»	http://www.rg.ru

6.3. Описание материально-технической базы

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся,

оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro - АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2 - АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13- АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16 - АКТ №170000997VR от 20 сентября 2017 в соответствии с условиями договора №61020926 от 26 сентября 2016 г.;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition. 25-49 Node 1 year Educational License – АКТ предоставления прав №Tr008692 от 02.02.2018;

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/ Договор №131-05/17 от 15.05.2017г. (срок действия 01.06.2017-31.08.2018)

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» http://www.ict.edu.ru.

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Портал Федеральных государственных образовательных

стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (http://www.consultant.ru/

VII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1	Семинар (дискуссия)	«5-4» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; «3-2» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 3-2 выступлений, ответы построены в основном логично и обосновано, но точка зрения не достаточно аргументирована «2-1» – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.
2	Практикум по решению задач	Распределение баллов в зависимости от решения количества и сложности задач – от 1 до 10 баллов. Отчет по практикуму 10-9 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 8-5 – практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 4-1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки, не все задания решены. 0 - практикум не выполнен.
3	Ситуационный практикум	5 баллов – участники мини- группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 4 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 3 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии принимали не слишком активное 2-1 балла - участники мини- группы, не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии не принимали участие
4	Реферат	5-4 – грамотное использование компьютерной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 3-2 – грамотное использование компьютерной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 1 – грамотное использование компьютерной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к теме 1. Ресурсы в системе управления продажами

Практикум по решению задач

Задача 1.
Рассчитайте показатели деловой активности на основе данных таблицы и определите их темпы роста в процентах.

Таблица

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Темпы роста, %
Оборачиваемость запасов (стр.1/стр.2)	…	…	…
Оборачиваемость собственных средств (стр.1/стр.4)	…	…	…
Общий показатель оборачиваемости (стр.1/стр.3)	…	…	…
Фондоотдача основных средств и прочих внеоборотных активов (стр.1/стр.5)	…	…	…

Задача 2.
Определить фондовооруженность при среднесписочном количестве работников 244 человека, если стоимость оборудования на участке составила 3 569 000 рублей.
Формула: Фондовооруженность = Среднегодовая стоимость основных средств / Среднесписочная численность работников.

Ситуационный практикум по теме 1.

Задание 1.
Дайте варианты решений ситуации: клиент требует такую скидку, которую вы не можете предоставить». Этот кейс позволяет выявить вариативность мышления и знание специфики продаж, а также умение торговаться.
Хороший менеджер по продажам должен дать не менее 3 – 5 вариантов решения. Например: «Что я могу предложить вместо скидки?», «Я могу предложить Вам скидку несколько меньше, но в более удобной для Вас форме» или «Я могу предложить Вам такую скидку при покупке на сумму Х».
Хороший продавец должен дать не менее 3-5 вариантов (возможные примеры):
А что я могу предложить взамен скидки?
Мы можем предложить вам такую скидку при закупке ХХХ.

Мы можем предложить вам дополнительную льготу (услугу, поощрение).
Мы можем предложить вам скидку несколько меньше, но в наиболее удобной для вас форме о
Мы можем предоставить вам такую скидку при отгрузке по предоплате.
Вы знаете, я с удовольствием предоставил бы Вам такую скидку, но в компании существуют определенные правила, которые я обязан соблюдать.
Вы знаете, это было бы нечестно по отношению к нашим остальным партнерам, потому что все работают по единой схеме (XXX), я уверен, что вы не хотели бы, чтобы мы портили репутацию нашей компании как бизнес-партнера и т.д.

Типовые задания к теме 2. Сбытовая политика и современные методы продаж в торговле

Вопросы к семинару

1. Сущность сбытовой политики предприятия
2. Типы посредников.
3. Каналы распределения, их уровни, функции, системы и управление.
4. Методы продаж в оптовой и розничной торговле.
5. Сущность товародвижения Формы торговли.
6. Формы и методы прямых продаж, их преимущества и недостатки.
7. Рыночные и маркетинговые возможности.
8. Эффективные продажи: техники, методы, инструменты
9. В чем суть технологии продаж СПИН? Как формулировать вопросы, которые приведут человека к определенному мнению?
10. SNAP-продажи
11. Консультативные продажи.

Практикум по решению задач.

Задание 1.
Рассчитайте прибыль по группам товаров на предприятия оптовой торговли. Сделайте вывод о рентабельности их хранения

Показатели	Быстрозамороженные продукты		Бакалейные товары	
	Ден. ед	%	Ден. ед.	%
Оборот	20 000	100	10 000	100
Стоимость товаров при закупке	5000	…	5000	…
Валовая прибыль	…	…	…	…
Общие затраты	10 000	…	4000	…

Прибыль по группе товаров	…	…	…	…

Задание 2.

Примите решение по выбору канала товародвижения, пользуясь критерием эффективности (затратоотдачи):

канал нулевого уровня:

расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией собственной розничной торговой сети = 168 тыс. руб.;

издержки обращения (оптово-сбытовые и розничные) = 100 тыс. руб.;

прибыль от реализации товаров = 500 тыс. руб.;

одноуровневый канал (прямые связи с розничной торговлей):

издержки обращения (оптово-сбытовые, транспортные) = 60 тыс. руб.;

прибыль = 318 тыс. руб.;

двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику):

издержки обращения (сбытовые) = 58 тыс. руб.;

прибыль = 120 тыс. руб.

Ситуационный практикум

Задание 1.

Предприятие заключает договора о поставках. Для продукта «А» решено воспользоваться услугами регионального склада-отеля. Продукт «Б» будет доставлен к потребителю транспортной фирмой по договору. Продукт «С» руководство предприятия решило отправлять потребителю непосредственно с предприятия, продукт «Д» по экспорту по рекомендации коммивояжера – через сбытовой филиал за границей. Продукт «Е» будет отправлен в специализированный торговый дом. Определите:

1) Тип сбыта для каждого из продуктов. Выполните иллюстрацию возможных каналов сбыта.

2) Предприятие планирует расширить производство марочных товаров. Какой тип сбыта и возможные каналы сбыта порекомендуете освоить предприятию.

Задание 2.

Внимательно прочитайте задание и найдите соответствие.

№ п/п	Понятие	№ п/п	Определение
1.	Совокупность товаров поступающих из всех источников – это …	А	Товарные запасы
2.	Часть товарного обеспечения, совокупность товарной массы в процессе движения ее из сферы производства к потребителю – это …	Б	Товарные ресурсы
3.	Закупаемые торговыми представителями товары, предназначающиеся для	В	Товарные запасы

	последующей реализации – это …		
4.	Составная часть коммерческой деятельности торгового предприятия, которая включает: - изучение и прогнозирование покупательского спроса; - выявление и изучение источников поступления и поставок товаров; - организацию хозяйственных связей с поставкой товаров, включая разработку и заключение договорных поставок; - организацию учета и контроля за ходом выполнения договорных обязательств.	Г	Рациональная организация закупки
5.	Уровень, при котором достигается максимальное использование складских помещений, минимизируется издержки хранения запасов – называется …	Д	Закупка товаров
6.	Что предполагает приобретение товаров требуемого качества у надежного поставщика по приемлемой цене и по мере надобности?	Е	Объемом закупки

Типовые задания к теме 3. Технологии оптовых и розничных продаж.

Вопросы к семинару.

1. Основные этапы формирования технологии эффективных продаж.
2. Факторы, влияющие на эффективность продаж: спрос потребителей, их потребности, рекламная политика, скидки, качество продукции, стимулирование персонала, грамотное прогнозирование объемов продаж.
3. Подходы к выбору модели продаж.
4. Тактика управления продажами
5. Перечислите основные приемы убеждения клиентов в необходимости заключить сделку.
6. Назовите способы эффективного завершения сделки.
7. Психология коммерческих переговоров и принципы делового общения.
8. Психологический комфорт и доверие клиента (партнера) как предпосылка успешной коммерческой сделки.
9. Психологическая ориентация менеджера по продажам в торговой ситуации и установление психологического типа партнера.
10. Приемы и правила эффективной презентации коммерческого предложения. Условия и правила аргументации в процессе продажи.

Практикум по решению задач.

Задание 1.
Укажите соответствие между элементами технологии продаж и ее содержанием:

Содержание элементов				
Элементы технологии продажами	Мотивация сотрудников	Стимулирование дистрибьюторов	Тактика выхода в новые ниши	Уровень сервиса
Определение целевых клиентов				
Управление отделом продаж				
Управление каналами продаж				
Навыки персональных продаж				
Элементы технологии продажами	Мотивация сотрудников	Стимулирование дистрибьюторов	Тактика выхода в новые ниши	Уровень сервиса

Задание 2.
Рассчитать фондовооруженность работы торгового предприятия при условии:
Стоимость основных фондов:
Начало года – 279 000 руб.,
Конец года – 277 000 руб.
Численность работников среднегодовая – 15 человек.

Ситуационный практикум.

Задание 1.
Ситуационный практикум «Технология оптовых продаж декоративной косметики». Организация презентации продукции на выставке.
Цель практикума: выявление особенностей и условий взаимодействия субъектов рынка в процессе осуществления купли-продажи, а также выбор наиболее эффективных технологий продаж
Порядок проведения.
Обучающиеся делятся на мини-группы (по 4-5 человек), каждая из которых представляет продавца и формулирует свою точку зрения по обсуждаемому вопросу..

В кейсе рассматривается технология организации продаж декоративной косметики.
Вопросы и задания:
1. Опишите максимально точно целевую группу для данного продукта (розничные точки и сети, в которые, на ваш взгляд, целесообразно осуществлять продвижение данной продукции). Сделайте два описания целевой группы - для Москвы и регионов. Обоснуйте.
2. Сформулируйте основные возражения, с которыми могут столкнуться сотрудники отдела продаж в Москве и в регионах. Какие из этих возражений будут одинаковыми, а в чем будет отличие и почему?
3. Дайте ответы на реальные возражения, используя универсальный алгоритм работы с возражениями, а также те аргументы, которые наиболее уместны применительно к данному продукту и ситуации.
4. Дайте максимально точное описание целевой группы конечных потребителей, а также их основных поведенческих характеристик и мотивов. На основании сделанного анализа подумайте, как мы можем использовать данную информацию для убеждения посредников.
5. Придумайте как можно больше наводящих вопросов, которые могут помочь создать дополнительные потребности и убедить потенциальных клиентов, учитывая тот факт, что в данном случае речь идет только о продажах посреднику.

Задание 2.
Сформулируйте 10 закрытых и отрытых вопросов, которые вы можете задать своему клиенту. Преобразуйте закрытые вопросы сначала в открытые, а затем в альтернативные. Сформулируйте 10 цепочек из 3-х закрытых вопросов, подразумевающих положительный ответ клиента на последнем вопросе в цепочке.

Примерные темы рефератов:

1. Прямые закупки товаров у производителей.
2. Коммерческие отношения продавца и покупателя с посредниками. Виды коммерческих предложений.
3. Тактика управления продажами
4. Технологические особенности процесса продаж в оптовой и розничной торговле.
5. Сравнительный анализ типов и видов каналов распределения

Типовые задания к теме 4. Технологии оптовых и розничных продаж.

Вопросы к семинару

1. Управление технологиями продажи.
2. Способы прямого и косвенного воздействия на клиентов и ситуационные условия их применения.

3. Профессиональные качества продавца, вызывающие доверие со стороны покупателей.
4. Цена как фактор управления поведением покупателей.
5. Способы манипулирования покупательским поведением.
6. Какое значение имеет концепция управления продажами в повышении эффективности продаж?
7. Стратегии взаимоотношения с клиентами.
8. Современная концепция оптовых продаж.
9. Продажи на основе взаимоотношений поставщиков и партнеров
10. Управление взаимоотношениями с клиентами на основе CRM-технологий.
11. Технология продаж «Клиент – Эксперт».
12. Разработка и внедрение стандартов обслуживания покупателей
13. Какие приемы используются для эффективного реагирования на возражение клиента?

Практикум по решению задач.

Задание 1.
Условие задачи:
Оборот магазина в месяц – 1 млн. руб., средний чек – 500 руб., КПД – 20%.

Оборот магазина – суммарная выручка за период.
Средний чек – суммарная выручка делится на количество чеков за этот же период.
КПД – соотношение покупателей магазина к посетителям. Для получения таких данных магазин оборудуется счетчиком покупательских потоков на входе. Покупатели определяются по количеству пробитых чеков.
Таким образом, КПД 10% - значит, что в магазине делает покупку каждый десятый, 25% - каждый четвертый вошедший.
Вопросы:
1. Сколько посетителей у этого магазина ежедневно?
2. Какое количество чеков в месяц пробивается?

Задание 2.
Определите конверсию, т.е. соотношение количества совершивших покупку к общему количеству зашедших в магазин посетителей.
Условие: за торговый день в магазин зашло 178 человек, количество покупок (чеков) за этот же день 51.

Ситуационный практикум

Задание 1.

Выберите какой-либо продукт для продажи. Заполните таблицу аргументов, при этом старайтесь представить каждое его качество в зависимости от конкретных потребностей клиентов.

Характеристика продукта (отличительная	Польза для клиента	Покупательский мотив
особенность услуги)		
	Для вас это означает…	
	Это позволит повысить..	
	Это дает вам..	
	Это делает возможным…	
	Это избавляет вас от необходимости…	
	Это позволяет вам…	
	Это снижает..	
	Это увеличивает возможность…	
	Это доводит до минимума…	
	Благодаря этому вы получите…	

Задание 2

Подготовьте мини-презентацию выбранного товара и фирмы, используя распространенный прием «свойство-выгода».

Сначала запишите значимые характеристики товара и фирмы (не менее 10), затем сформулируйте преимущества, предоставляемые каждой из них, после чего переходите к определению выгод для клиента. Число характеристик всегда равно числу преимуществ, но число выгод может быть меньше числа преимуществ, так как разные преимущества могут предоставлять одинаковые выгоды. Например, несколько преимуществ позволяют экономить время и т. д. Заполните таблицы 1-2.

Таблице 1 – Сведения о фирме для проведения презентации

Характеристика	Преимущество	Выгода
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

Составьте описание продукта, используя «язык выгоды», для одного из выбранных вами продуктов.

Таблица 2 - Описание продуктов для проведения презентации

Характеристика	Преимущество	Выгода
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

Типовые задания к теме 5. Управление товарным ассортиментом

Вопросы к семинару

1. Товарный ассортимент и ассортиментная политика предприятия
2. Разработка, формирование и управление товарным ассортиментом
3. Технологии формирования и реализации ассортиментной политики
4. Влияние ассортиментной политики торгового предприятия на технологию торговых процессов.
5. Организация системы мерчендайзинга в магазине. Сравнительная характеристика современных форматов организации торговли. Влияние формата на содержание и технологию продаж.
6. Организация управления основными операциями торгового процесса.
7. Управление и оптимизация товарных и покупательских потоков.

Практикум по решению задач.

Задание 1.

Сопоставьте долю продажи и площади выкладки по отдельным подгруппам спортивных товаров магазина.

Подгруппы	Объем продажи, тыс. руб.за год	Доля продажи, %	Площадь выкладки, кв. м.	Доля площади выкладки, %
Одежда спортивная мужская	5750,0	…	22	…
Одежда спортивная женская	5375,0	…	20	…
Одежда спортивная детская	1062,5	…	2	…
Молодежная уличная одежда и головные уборы	6937,5	…	26	…
Спортивная обувь	26437,5	…	32	…
Коньки роликовые	1875,0	…	6	…
Лыжи	3375,0	…	5	…
Велосипеды и аксессуары велосипедные	5062,5	…	12	…
Тренажеры	250,0	…	9	…
Теннисное оборудование	125,0	…	5	…

Сноуборды с установкой креплений	875,0	…	6	…
Скейтборды и обувь для них	1250,0	…	4	…
Одежда и аксессуары для плавания	2250,0	…	3	…
Сопутствующие товары для спорта и отдыха	1875,0	…	6	…
Итого	62500	…	158	…

Задание 2.

Рассчитайте прибыль по группам товаров на предприятия оптовой торговли. Сделайте вывод о рентабельности их хранения

Показатели	Быстрозамороженные продукты		Бакалейные товары	
	Ден. ед	%	Ден. ед.	%
Оборот	20 000	100	10 000	100
Стоимость товаров при закупке	5000	…	5000	…
Валовая прибыль	…	…	…	…
Общие затраты	10 000	…	4000	…
Прибыль по группе товаров	…	…	…	…

Задание 3.

Рассчитайте прибыль по группам товаров на предприятия оптовой торговли. Сделайте вывод о рентабельности их хранения

Показатели	Быстрозамороженные продукты		Бакалейные товары	
	Ден. ед	%	Ден. ед.	%
Оборот	20 000	100	10 000	100
Стоимость товаров при закупке	5000	…	5000	…
Валовая прибыль	…	…	…	…
Общие затраты	10 000	…	4000	…
Прибыль по группе товаров	…	…	…	…

Примерные темы рефератов:

1. Управление продажами и ассортиментная политика
2. Совершенствование ассортимента товарной категории.
3. Управление ценой и ценовыми манипуляциями в розничной торговле.
4. Методы формирования торгового ассортимента.
5. Анализ продаж и контроль выполнения плана по ассортиментным группам.
6. Структура товарной категории как основа для формирования матрицы.
7. Принципы размещения торговых групп и категорий на торговой площади.
8. Совершенствование ассортимента в соответствии с потребительским спросом.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление продажами» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
	неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Торговое оборудование как элемент основных фондов торгового предприятия и расчет эффективности их использования. Сущность, состав и структура основных фондов предприятия.
2. Товарные запасы и их виды.
3. Трудовые ресурсы торговых организаций. Состав трудовых ресурсов.
4. Характеристика финансовых ресурсов предприятия.
5. Реализация сбытовой стратегии как основной показатель эффективности деятельности коммерческого предприятия.
6. Координации системы продаж, маркетинговой стратегии и организационной структуры компании.
7. Роль и значение рыночной среды в управлении продажами. Понятие и факторы рыночной среды. Особенности рыночной среды и их оценка.
8. Исследование рыночной среды в системе управления продажами.
9. Управление каналами сбыта.
10. Стратегии эксклюзивного, селективного и интенсивного сбыта.
11. Формирование технологии эффективных продаж
12. Современные технологии продаж.
13. Активные и пассивные приемы продажи.
14. Интерьер мест продажи и принципы его формирования в зависимости от конкретных деловых ситуаций.
15. Понятие о качестве и культуре торгового обслуживания. Методы их количественной оценки.
16. Влияние качества и культуры торгового обслуживания на активность покупательского поведения.
17. Планировка мест продажи и пространственное размещение товаров и услуг. Способы оптимизации этого процесса.
18. Мерчендайзинг и особенности его применения в российской практике
19. Психологические аспекты продажи товаров и услуг

20. Основные стадии поведения покупателей в процессе продажи товаров и услуг.

21. Методы стимулирования продаж товаров и услуг.

22. Мотивационное стимулирование сбыта: основные формы и методы материального стимулирования труда менеджеров по продажам

23. Товарный ассортимент: классификация, свойства, показатели.

24. Факторы формирования ассортимента товаров.

25. Методы анализа ассортимента.

Задания 2-го типа

Задание 1.

Составьте план-текст аргументации коммерческого предложения, увязывая характеристики и преимущества товара с потребностями и выгодами предварительно выбранного конкретного клиента. Например, используя следующую структуру аргументации:

Преимущество: «Этот продукт очень популярен у потребителя»

Факт «Он входит в десятку марок с наибольшим объемом продаж»

Следствие «Вы сможете продавать в больших объемах то, что нравится потребителю»

Сформулируйте альтернативное коммерческое предложение в ситуации, когда вы не можете полностью удовлетворить требования клиента.

Задание 2.

Ситуационный практикум «Технология оптовых продаж декоративной косметики». Организация презентации продукции на выставке.

Цель практикума: выявление особенностей и условий взаимодействия субъектов рынка в процессе осуществления купли-продажи, а также выбор наиболее эффективных технологий продаж

Порядок проведения.

Обучающиеся делятся на мини-группы (по 4-5 человек), каждая из которых представляет продавца и формулирует свою точку зрения по обсуждаемому вопросу..

В кейсе рассматривается технология организации продаж декоративной косметики.

Вопросы и задания:

1. Опишите максимально точно целевую группу для данного продукта (розничные точки и сети, в которые, на ваш взгляд, целесообразно осуществлять продвижение данной продукции). Сделайте два описания целевой группы - для Москвы и регионов. Обоснуйте.

2. Сформулируйте основные возражения, с которыми могут столкнуться сотрудники отдела продаж в Москве и в регионах. Какие из этих возражений будут одинаковыми, а в чем будет отличие и почему?

3. Дайте ответы на реальные возражения, используя универсальный алгоритм работы с возражениями, а также те аргументы, которые наиболее уместны применительно к данному продукту и ситуации.
4. Дайте максимально точное описание целевой группы конечных потребителей, а также их основных поведенческих характеристик и мотивов. На основании сделанного анализа подумайте, как мы можем использовать данную информацию для убеждения посредников.
5. Придумайте как можно больше наводящих вопросов, которые могут помочь создать дополнительные потребности и убедить потенциальных клиентов, учитывая тот факт, что в данном случае речь идет только о продажах посреднику.
6. Подключите фантазию и придумайте как можно больше выгод и характеристик для посредников, которые соответствовали бы той информации, которую вы о них собрали.
7. Создайте технологию продаж и экономическое обоснование («рыбу»), исходя из того, что продукт хорошо продается в Москве и крупных городах практически без дополнительных усилий, в небольших городах и бедных регионах продвижение требует определенных дополнительных усилий.
8. Какие методы стимулирования посредников вы бы предложили и почему?
9. Какие изменения в товарной линейке вы бы осуществили, если бы это было возможно, и почему?
10. Сделайте расчет издержек при организации презентации декоративной косметики на выставке.

Задание 3.
Сформулируйте 10 закрытых и отрытых вопросов, которые вы можете задать своему клиенту. Преобразуйте закрытые вопросы сначала в открытые, а затем в альтернативные. Сформулируйте 10 цепочек из 3-х закрытых вопросов, подразумевающих положительный ответ клиента на последнем вопросе в цепочке.

Задание 4.
Выберите какой-либо продукт для продажи. Заполните таблицу аргументов, при этом старайтесь представить каждое его качество в зависимости от конкретных потребностей клиентов.

Характеристика продукта (отличительная	Польза для клиента	Покупательский мотив
особенность услуги)		
	Для вас это означает…	
	Это позволит повысить..	

	Это дает вам..	
	Это делает возможным…	
	Это избавляет вас от необходимости…	
	Это позволяет вам…	
	Это снижает..	
	Это увеличивает возможность…	
	Это доводит до минимума…	
	Благодаря этому вы получите…	

Задание 5

Подготовьте мини-презентацию выбранного товара и фирмы, используя распространенный прием «свойство-выгода».

Сначала запишите значимые характеристики товара и фирмы (не менее 10), затем сформулируйте преимущества, предоставляемые каждой из них, после чего переходите к определению выгод для клиента. Число характеристик всегда равно числу преимуществ, но число выгод может быть меньше числа преимуществ, так как разные преимущества могут предоставлять одинаковые выгоды. Например, несколько преимуществ позволяют экономить время и т. д. Заполните таблицы 1-2.

Таблице 1 – Сведения о фирме для проведения презентации

Характеристика	Преимущество	Выгода
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

Составьте описание продукта, используя «язык выгоды», для одного из выбранных вами продуктов.

Таблица 2 - Описание продуктов для проведения презентации

Характеристика	Преимущество	Выгода
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.

Задание 6. Многоканальность продаж

Обсудить отличия имеющихся сегодня каналов продаж. Студентам необходимо назвать существенные отличия доступных каналов продаж, охарактеризовать примененные технологии, сопоставить плюсы и минусы каждого, предложить и обосновать свое видение максимизации продаж предложенного преподавателем товара.

Задание 7. Построение интегрированного канала продаж

Студенты должны предложить организационные построения торговой сети на начальном этапе создания, на стадии формирования компании

местного (муниципального) значения, на стадии ее преобразования в сеть федерального значения. Привести схемы, примеры их воплощения в России.

Задание 8.

«Дайте как можно больше решений ситуации: клиент требует такую скидку, которую вы не можете предоставить». Этот кейс позволяет выявить вариативность мышления и знание специфики продаж, а также умение торговаться.

Хороший менеджер по продажам должен дать не менее 3 – 5 вариантов решения. Например: «Что я могу предложить вместо скидки?», «Я могу предложить Вам скидку несколько меньше, но в более удобной для Вас форме» или «Я могу предложить Вам такую скидку при покупке на сумму Х».

Хороший продавец должен дать не менее 3-5 вариантов (возможные примеры):

А что я могу предложить взамен скидки?

Мы можем предложить вам такую скидку при закупке ХХХ.

Мы можем предложить вам дополнительную льготу (услугу, поощрение).

Мы можем предложить вам скидку несколько меньше, но в наиболее удобной для вас форме о

Мы можем предоставить вам такую скидку при отгрузке по предоплате.

Вы знаете, я с удовольствием предоставил бы Вам такую скидку, но в компании существуют определенные правила, которые я обязан соблюдать.

Вы знаете, это было бы нечестно по отношению к нашим остальным партнерам, потому что все работают по единой схеме (ХХХ), я уверен, что вы не хотели бы, чтобы мы портили репутацию нашей компании как бизнес-партнера и т.д.

Задание 9

Сформулируйте список закрытых и открытых вопросов для каждой из категорий, которые вы могли бы задать клиентам при продаже своего продукта (при продаже ассортимента товаров или услуг выберите то, что продается труднее остальных).

Вопросы исследования потребностей: 1.

2.

3.

Вопросы развития потребностей: 1.

2.

3.

Вопросы готовности клиента к действиям: 1.

2.
3.
Презентационные вопросы: 1.
2.
3.
Вопросы о сотрудничестве: 1.
2.
3.

Задание 10.

Выберите какой-либо продукт для продажи. Заполните таблицу аргументов, при этом старайтесь представить каждое его качество в зависимости от потребностей клиентов.

Характеристика продукта (отличительная особенность услуги)	Польза для клиента	Покупательский мотив
Быстрая работа	Позволяет экономить время	

Задание 11.

Изобразите схему последовательности процесса продажи на конкретных примерах.

Задание 12.

Приведите примеры размещения отдельных видов товаров в торговом зале.

Задание № 13.

Установите соответствие видов мерчендайзинга и их элементов:

	Элементы мерчендайзинга			
Виды мерчендайзинга	Правила общения	Маркировка товара	Взаимоотношения продавцов и покупателей	Упаковка
Визуальный				
Коммуникативный				

Задача 14.

Укажите соответствие функций и ключевых процессов менеджмента продаж:

	Ключевые процессы			
Функции	Построение службы	Стимулирование клиентов	Адаптация к внешней	Отслеживание объема продаж

	продаж		среде	
Планирование				
Организация				
Мотивация				
Контроль				

Задача 15.

Установите соответствие уровней воздействия на покупателя и его реакции:

	Реакция покупателя		
Уровень воздействия	Совершение покупки	Предпочтение	Осведомленность о товаре
Познавательный			
Эмоциональный			
Поведенческий			

Задача № 16.

Укажите соответствие между элементами технологии продаж и ее содержанием:

Содержание элементов				
Элементы технологии продажами	Мотивация сотрудников	Стимулирование дистрибьюторов	Тактика выхода в новые ниши	Уровень сервиса
Определение целевых клиентов				
Управление отделом продаж				
Управление каналами продаж				
Навыки персональных продаж				
Элементы технологии продажами	Мотивация сотрудников	Стимулирование дистрибьюторов	Тактика выхода в новые ниши	Уровень сервиса

Задача № 17.

Представьте, что Вы возглавляете торговый отдел оптового торгового предприятия. Компания имеет заключенные договора с поставщиками,

поставки осуществляются через распределительный склад и намерена заключить договоры напрямую с поставщиками.
Задание:
1.Обоснуйте ответ, с помощью каких методов и показателей Вы будете оценивать ситуацию с товарными запасами и заказами на предприятии.
2. Дайте краткое описание закупочного процесса. Предложите типовой договор поставки
3. Какие параметры Вам надо знать, чтобы рассчитать заказ на поставку.
4. Охарактеризуйте методы обеспечения оптимального товарного ассортимента.
5. Определите факторы оптимального товарного ассортимента.
6. Опишите процедуру планирования закупок товаров.
7. Мотивируйте принципы рациональной организации закупок.
8. По каким критериям вы будете выбирать поставщиков?
9. Опишите особенности договора поставки по прямым связям с поставщиками. Что признается существенным при нарушении договора поставки со стороны поставщика и со стороны покупателя?
10. Какая информация содержится в спецификации, и кто ее будет подписывать в вашем примере?

Задача № 18.
Приведите характеристику этапов и методов закупки. Обозначьте достоинства, недостатки и проблемы, характерные для каждого этапа и метода закупки.

1. Анализ потребностей.

2. Определение и оценка требований к закупаемым материальным ресурсам. После определения внутрифирменных потребителей и номенклатуры материальных ресурсов, должны быть установлены требования по весу, размерам, параметрам поставок, а также другие спецификации на каждую позицию закупаемых материальных ресурсов.

3. «Производить или закупать».

4. Исследование рынка закупок.

5. Выбор поставщиков. Проводится сбор информации о поставщиках, создание базы данных о поставщиках, поиск оптимального поставщика, а также оценка результатов работы с выбранными ранее поставщиками. Для окончательного выбора поставщика используется многокритериальная оценка.

6. Осуществление закупок. Процедура закупок включает в себя оформление договорных отношений, передачу прав собственности на материальные ресурсы, оплату, организацию транспортировки материальных ресурсов.

7. Контроль поставок. Эффективность управления снабжением оценивается в результате мониторинга выполнения условий договоров по срокам, ценам, количеству, качеству и другим параметрам поставок и сервиса.

8. Подготовка бюджета закупок. Поведение соответствующих экономических расчетов для выявления точных затрат на процедуры и операции.

9. Координация и взаимосвязь функции снабжения с другими подразделениями компании, а также установление тесных связей с поставщиками, что обеспечивает включение компании в единую макрологистическую систему.

Классификация методов закупок

• прямые закупки - закупки материальных ресурсов непосредственно у производителей; "

• встречные закупки - закупки у поставщиков, одновременно являющихся и потребителями;

• лизинг - аренда, например, складского оборудования;

• новая закупка - покупатель совершает покупку данной продукции впервые, может потребовать проведения серьезных исследований;

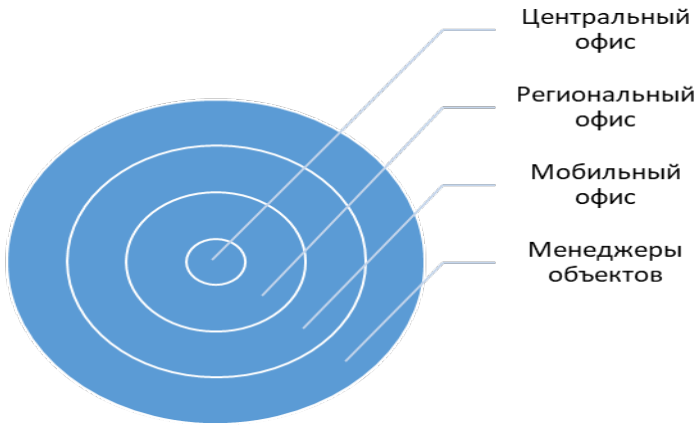
• обычная повторная закупка;

• измененная повторная закупка - предприятие-покупатель изменяет спецификацию заказа, цену, условия поставки или поставщика продукции, требует проведения небольших исследований;

• комплексная закупка - осуществляется на основе комплексного решения и не требует принятия каких-либо отдельных решений.

Задача № 19.

Раскройте организационные построения торговой сети



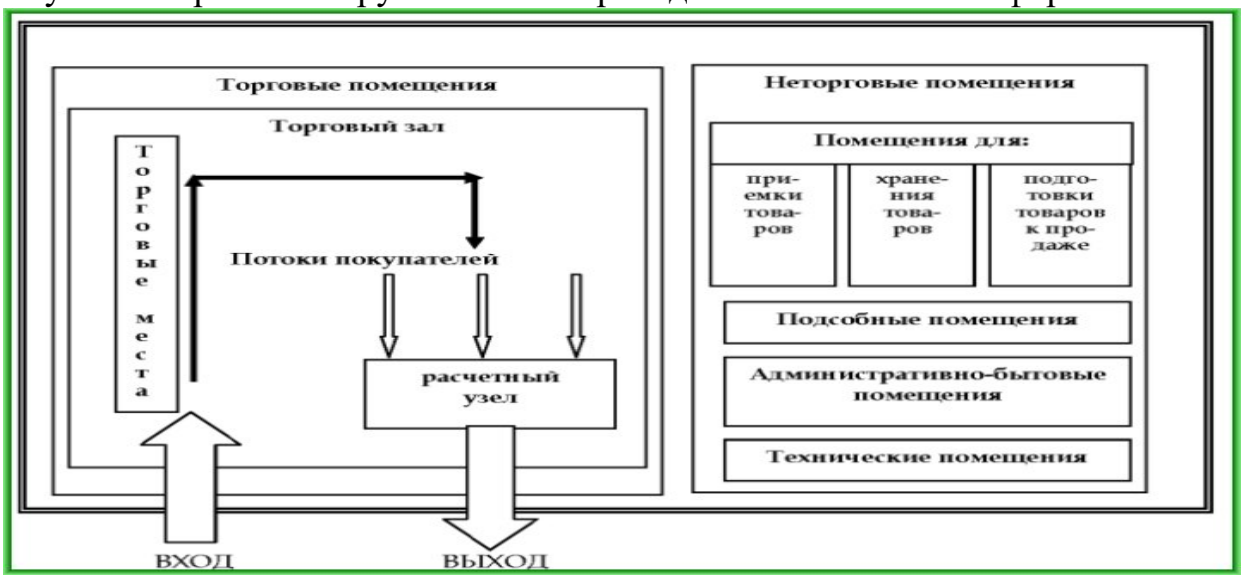
Задача № 20.

Мировая розничная торговля внедряет технологические инновации. В современных условиях они определяют формирование и развитие ее распределительных центров.

1. Проанализируйте существующие технологические инновации.
2. Выделите 5 наиболее значимых инноваций.
3. Ранжируйте инновации с оценкой от 1 до 5.
4. Представьте примеры эффективных распределительных центров в России и за рубежом.

Задача № 21.

Изучите и проанализируйте этапы перевода магазина в новый формат.



Ориентировочная схема технологичных зон магазина самообслуживания

Предварительно необходимо учесть затраты на инженерные перестройки, новое оборудование, пополнение ассортимента и прочее.

Для этого следует ознакомиться с этапами внедрения магазина самообслуживания и проанализировать возможность их осуществления.

1. Составление план-схемы помещения с обозначением всех технологических зон.
2. Анализ потребности в новом оборудовании, подсчет его стоимости. Планирование способа автоматизации торговли.
3. Прогнозирование обновленного ассортимента по группам товаров и расчет денежных средств, требуемых для заполнения освободившегося торгового пространства.
4. Прогнозирование роста продаж с учетом финансовых возможностей покупателей.
5. Определение потребности в персонале.
6. Планирование способов противодействия воровству.
7. Изготовление дизайн-проекта и схемы расположения конкретных моделей техники.
8. Закупка торгового и кассового оборудования, его установка.
9. Обучение персонала работе в новом формате.
10. Отработка основных процессов, тестирование работы персонала

Задача № 22.

Предприятие заключает договора о поставках. Для продукта «А» решено воспользоваться услугами регионального склада-отеля. Продукт «Б» будет доставлен к потребителю транспортной фирмой по договору. Продукт «С» руководство предприятия решило отправлять потребителю непосредственно с предприятия, продукт «Д» по экспорту по

рекомендации коммивояжера – через сбытовой филиал за границей. Продукт «Е» будет отправлен в специализированный торговый дом. Определите:

1) Тип сбыта для каждого из продуктов. Выполните иллюстрацию возможных каналов сбыта.

2) Предприятие планирует расширить производство марочных товаров. Какой тип сбыта и возможные каналы сбыта порекомендуете освоить предприятию.

Задача № 23.

Задача № 1.

Рассчитать фондовооруженность работы торгового предприятия по следующим показателям.

Стоимость основных фондов:

Начало года – 279 000 руб.,

Конец года – 277 000 руб.

Численность работников среднегодовая – 15 человек

Задача № 24.

Определить фондовооруженность при среднесписочном количестве работников 244 человека, если стоимость оборудования на участке составила 3 569 000 рублей.

Задача № 25.

Внимательно прочитайте задание и найдите соответствие.

№ п/п	Понятие	№ п/п	Определение
1.	Совокупность товаров поступающих из всех источников – это …	А	Товарные запасы
2.	Часть товарного обеспечения, совокупность товарной массы в процессе движения ее из сферы производства к потребителю – это …	Б	Товарные ресурсы
3.	Закупаемые торговыми представителями товары, предназначающиеся для последующей реализации – это …	В	Товарные запасы
4.	Составная часть коммерческой деятельности торгового предприятия, которая включает: - изучение и прогнозирование покупательского спроса; - выявление и изучение источников поступления и поставок товаров; - организацию хозяйственных связей с поставкой товаров, включая разработку и заключение договорных поставок; - организацию учета и контроля за ходом	Г	Рациональная организация закупки

	выполнения договорных обязательств.		
5.	Уровень, при котором достигается максимальное использование складских помещений, минимизируется издержки хранения запасов – называется …	Д	Закупка товаров
6.	Что предполагает приобретение товаров требуемого качества у надежного поставщика по приемлемой цене и по мере надобности?	Е	Объемом закупки

Задания 3-го типа

Задание № 1.

Предприятие имеет оборотные средства: на 1 января – 910 тыс. руб., на 1 февраля 900 тыс. руб., на 1 марта 930 тыс. руб., на 1 апреля 830 тыс. руб. Среднедневной товарооборот 1-м квартале 30 тыс. руб. Определить число оборотов оборотных средств в 1-м квартале.

Задание № 2.

На предприятии розничной торговли на 20 мая числятся:
20 работников, с которыми заключены трудовые договоры на полную занятость;
5 работников, с которыми заключены трудовые договоры на 0,5 ставки;
10 работников, которые приняты по срочному договору на период с 10 мая по 1 сентября;
2 работника, с которыми заключены договоры подряда на выполнение работ по обустройству мест для сезонной торговли.
Определите списочную численность работников на 20 мая.

Задание № 3.

На основании приведенных в таблице данных оцените динамику движения персонала предприятия за год.

Показатели	Численность работников, чел.
Списочная численность работников за год	205
Принято на работу	42
Уволено с работы, в том числе по следующим причинам:	41
по собственному желанию	15
по сокращению штата	6
призыв на военную службу	1
ухода на пенсию	4
окончание срока трудового	4

договора	
по инициативе администрации за нарушение трудовой дисциплины	11

Задание № 4.

Рассчитать норматив товарного запаса в днях и в сумме по данным: Товарооборот за квартал 288 тыс.руб. Торговый запас установлен в количестве 10 дней, гарантийный запас 40% к торговому запасу, время на подготовку товаров к продаже 0,6 дней.

Задание № 5.

Рассчитать линейным методом норму и сумму амортизации по следующим данным: первоначальная стоимость основных средств составляет 6 млн. руб., средний срок его полезного использования – 8 лет. Норма амортизационных отчислений 20%.

Задание № 6.

Магазин в отчетном периоде имеет следующие результаты хозяйственной деятельности (таблица).

Показатели	План	Факт	Отклонение, +, -
Товарооборот, тыс. руб.	250	300	+50
Валовой доход, тыс. руб.	40	49,5	+9,5
Уровень валового дохода, %	16	16,5	+0,5

Определите влияние изменения объема товарооборота на сумму валового дохода.

Задание № 7.

Рассчитайте прибыль по группам товаров на предприятия оптовой торговли. Сделайте вывод о рентабельности их хранения

Показатели	Быстрозамороженные продукты		Бакалейные товары	
	Ден. ед	%	Ден. ед.	%
Оборот	20 000	100	10 000	100
Стоимость товаров при закупке	5000	…	5000	…
Валовая прибыль	…	…	…	…
Общие затраты	10 000	…	4000	…
Прибыль по группе товаров	…	…	…	…

Задание № 8.

Примите решение по выбору канала товародвижения, пользуясь критерием эффективности (затратоотдачи):
канал нулевого уровня:
расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией собственной розничной торговой сети = 168 тыс. руб.;
издержки обращения (оптово-сбытовые и розничные) = 100 тыс. руб.;
прибыль от реализации товаров = 500 тыс. руб.;
одноуровневый канал (прямые связи с розничной торговлей):
издержки обращения (оптово-сбытовые, транспортные) = 60 тыс. руб.;
прибыль = 318 тыс. руб.;
двухуровневый канал (производитель продает товар оптовому посреднику):
издержки обращения (сбытовые) = 58 тыс. руб.;
прибыль = 120 тыс. руб.

Задание № 9.

Определить влияние изменения структуры товарооборота на уровень валового дохода (таблица).

Товарные группы	Структура товарооборота		Торговые надбавки в цене реализации, %	
	план	факт.	план	факт.
Товар А	60	50	20	19
Товар Б	40	50	10	14
ИТОГО	100	100	16,0	16,5

Задание № 10.

Сопоставьте долю продажи и площади выкладки по отдельным подгруппам спортивных товаров магазина.

Подгруппы	Объем продажи, тыс. руб.за год	Доля продажи, %	Площадь выкладки, кв. м.	Доля площади выкладки, %
Одежда спортивная мужская	5750,0	…	22	…
Одежда спортивная женская	5375,0	…	20	…
Одежда спортивная детская	1062,5	…	2	…
Молодежная уличная одежда и головные уборы	6937,5	…	26	…
Спортивная обувь	26437,5	…	32	…
Коньки роликовые	1875,0	…	6	…

Лыжи	3375,0	…	5	…
Велосипеды и аксессуары велосипедные	5062,5	…	12	…
Тренажеры	250,0	…	9	…
Теннисное оборудование	125,0	…	5	…
Сноуборды с установкой креплений	875,0	…	6	…
Скейтборды и обувь для них	1250,0	…	4	…
Одежда и аксессуары для плавания	2250,0	…	3	…
Сопутствующие товары для спорта и отдыха	1875,0	…	6	…
Итого	62500	…	158	…

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Мерчендайзинг»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4

III. Тематический план.....5

IV. Содержание дисциплины.....6

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....7

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....16

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....19

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Мерчендайзинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Мерчендайзинг» имеет большое значение для подготовки выпускников высшей квалификации в области торгового дела. Актуальность и практическая значимость изучения данного курса определяются в частности, важностью знаний закономерностей и особенностей поведения потребителей, механизмов воздействия на покупательское поведение с целью мотивации покупателей и увеличения спроса при помощи инструментов мерчандайзинга, методов и технологий продвижения товаров в торговых системах с использованием выкладки и расстановки товаров и применения нейромерчандайзинга.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в вариативную часть дисциплин Блока 1.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания о концепциях, целях, задачах и правилах мерчендайзинга как современных методов продажи товаров
- научиться применять инструменты мерчендайзинга при взаимодействии производителя и поставщика для регулирования покупательских потоков с целью обеспечения необходимого уровня торгового обслуживания;
- получение знаний, умений и навыков применения мерчендайзинга в розничной торговле используя современные подходы к планировке торгового зала и выкладке товаров с целью обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания
- получить практический опыт применения инструментов и методов мерчендайзинга для стимулирования продаж и мотивации покупателей в торговых точках.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК-3**	**ПК-3.1** Использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей	правила и технологии в области мерчандайзинга продовольственных и непродовольственных товаров, современные методы продажи товаров, традиционные и новые принципы планировочных решений торговых залов и выкладки товаров	эффективно-примененять инструменты мерчандайзинга, а также уметь прогнозировать и разрабатывать и управлять методами мерчандайзинга в оптовой, розничной и электронной торговле	основными инструментами оптимизации работы по продвижению продукции в современных условиях с использованием нейромаркетинга	Контактная работа: Лекции Семинары Ситуационные практикумы Самостоятельная работа
		ПК-3.2 Анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	сущность мерчендайзинга, применяемого розничными торговыми организациями с целью обеспечения необходимого уровня продаж	осуществлять размещение торгового оборудования и выкладку товаров в торговом зале с целью мотивации покупателей	навыками формирования торгового пространства и распределения товаров	
		ПК-3.3 Использует современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	современные методы и технологии организации торгового пространства, способы регулирования покупательских потоков с целью обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания	реализовывать мерчендайзинговые методы и технологии продвижения товаров, используя современные подходы к планировке торгового зала и выкладке товаров с целью обеспечения необходимого уровня качества торгового обслуживания	рассчитывать и анализировать показатели эффективности продвижения товаров с использованием инструментов мерчендайзинга	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Концепции мерчендайзинга 1.1. Определение, цели и задачи мерчендайзинга 1.2. Иллюзии, связанные с понятием мерчендайзинга. Различия в целях поставщика и розничного торговца 1.3. Правила мерчендайзинга	5	6		6						17	Доклад-презентация /15 Кейс-задание /15
Раздел 2. Мерчандайзинг производителя/поставщика 2.1. Цели и задачи мерчендайзинга поставщика 2.2. Мерчендайзинг в структуре торгового аппарата поставщика 2.3. Методы мерчендайзинга поставщика 2.4. Дизайн упаковки товара	6	6		6						17	Доклад-презентация /15 Кейс-задание /15
Раздел 3. Мерчендайзинг в розничной торговле 3.1. Продвижение товара через предприятия розничной торговли 3.2. Подходы к рекламе и стимулированию сбыта 3.3. Планировка и распределение розничных площадей 3.4. Атмосфера торгового зала и применение нейромерчандайзинга	8	6		8						17	Доклад-презентация /15 Творческое задание /25
Всего:	**19**	**18**		**20**						**51**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Концепции мерчендайзинга

1.1. Определение, цели и задачи мерчендайзинга

Мерчендайзинг как маркетинг в стенах магазина. Комплекс маркетинга в розничной торговле. Базовые стратегии продвижения. Цели мерчендайзинга. История и развитие мерчендайзинга. Современные и будущие тенденции мерчендайзинга.

1.2. Иллюзии, связанные с понятием мерчендайзинга. Различия в целях поставщика и розничного торговца.

Выкладка товара и характеристики товара. Взаимосвязь эмоционального воздействия и импульсных покупок. Связь количества товара на полке и их продаж.

1.3. Правила мерчендайзинга

Правило ассортимента. Правило торгового запаса. Подходы к закупкам. Правила присутствия. Правило сроков хранения и ротации товара на полке. Правила эффективного расположения товара. Правило представления. Правило «лицом к покупателю» (фейсинг). Правило определения места на полках. Правило приоритетных мест. Правило эффективной презентации товара. Принцип оптимальности. Принцип помощи покупателю. Принцип kiss. Правила размещения рекламных материалов. Правила размещения ценников. Правило комфорта восприятия. Правило чистоты и аккуратности.

Раздел 2. Мерчандайзинг производителя/поставщика

2.1. Цели и задачи мерчендайзинга поставщика

Задачи мерчендайзинга поставщика. Фирменный стиль мерчендайзинга. Гибкая политика мерчендайзинга.

2.2. Мерчендайзинг в структуре торгового аппарата поставщика

Мерчендайзинг и отдел продаж, отдел маркетинга и отдел дистрибуции. Обучение сотрудников правилам мерчендайзинга и особенностям поведения потребителей.

2.3. Методы мерчендайзинга поставщика

Анализ и планирование продаж. Улучшение сервиса для розничных торговцев. Наблюдение и учет особенностей магазина. Грамотная организация места продажи товара. Проведение специальных акций в магазинах.

2.4. Дизайн упаковки товара

Схема разработки дизайна упаковки. Разработка упаковки товара с точки зрения маркетолога. Упаковка. Основные критерии оценки вариантов упаковки. Принцип концентрации внимания. Выбор типа композиции. Анализ цветовых решений. Особенности восприятия цвета упаковки товара.

Раздел 3. Мерчендайзинг в розничной торговле

3.1. Продвижение товара через предприятия розничной торговли

Концепции продвижения товара: театральная, ценовая, экономия времени, внемагазинная торговля, информационно-ознакомительная.

3.2. Подходы к рекламе и стимулированию сбыта
Лояльность и правило пирога в мерчендайзинге. Реклама. Ценовое продвижение. Презентации, дегустации, раздачи образцов. Информационное продвижение.
3.3. Планировка и распределение розничных площадей.
Планировка как способ привлечения внимания. Оформление витрины. Организация движения в торговом зале. Контраст и продвижение. Запахи и музыка. Линейная планировка. Боксовая планировка. Распределение торговых площадей. Подходы при размещении отделов/групп товаров.
3.4. Атмосфера торгового зала и применение нейромерчандайзинга
Использование торгового пространства. Торговое и расчетное оборудование, его форма, типы и размеры. Влияние чувственных компонентов на принятие решения покупателем (нейромерчандайзинг). Освещение в зале и подсветка оборудования. Цвета, используемые в интерьере. Место расположения магазина. Широта ассортимента. Уровень цен. Витрины. Наличие, подбор и громкость музыки. Запахи и температура внутри помещения. Способы привлечения внимания

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

Во время лекции следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Во время лекции можно делать пометки для лучшей систематизации материала и дополнения имеющихся источников информации по теме лекции.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Лекция не заменяет собой учебник, лекция направлена на общее рас-

крытие темы, проблемы, выделение главных существенных аспектов, на которые следует обратить внимание. Лектор указывает пути, которым нужно следовать, для достижения глубокого понимания изучаемой темы. Главной целью лекции является – донести сущность поставленной в теме проблемы. Лекция требует от слушателя большой самостоятельной работы. Во время лекции можно фиксировать основные этапы развития мысли лектора, выводы и обобщения. Фиксация полезна для последующего запоминания, а также для дальнейшей работы с рекомендуемой литературой и информацией, справочниками и иными документами.

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

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

С этой целью нужно:

– внимательно прочитать материал предыдущей лекции;
– ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
– записать возможные вопросы, непонятные или спорные моменты, ответы на которые спросить у лектора на лекции по материалу изученной лекции;
– постараться уяснить место изучаемой темы в подготовке;
– узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора или материалам рабочей программы дисциплины) и зафиксировать информацию, которая есть по данному вопросу.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

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

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

Начиная подготовку к занятию семинарского типа, необходимо ознакомится с тематикой занятия и вопросами, выносимыми на обсуждение, прочитать соответствующие разделы лекционного материала, разделы учебной и научной литературы, чтобы получить общее представление о предметной области изучаемой темы. Затем следует поработать с дополнительной литературой, подготовить ответы на вопросы, что позволит систематизировать информацию, содержащуюся в учебной и научной литерату-

ре, а также будет способствовать превращению чтения в активный процесс, активизируя, наряду со зрительной, и моторную память.

При подготовке к занятию семинарского типа выделяют следующие этапы работы:

- изучение лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы и источников;
- знакомство с хрестоматией (сборником документов), отбор материала, содержащего сведения, относящиеся к раскрываемому вопросу;
- составление плана раскрытия вопроса;
- составление ответа.

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

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

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет в виде презентации. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку презентация сдается преподавателю путем размещения в электронной информационно-образовательной среде. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой работе/практическому заданию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

В ходе выполнения заданий необходимо следовать инструкциям и методическим указаниям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по участию в ситуационном практикуме

1 сценарий. Студенты изучают ситуацию, представленную преподавателем и в письменном виде готовят ответы на вопросы к ситуации.

2 сценарий. Студенты в составе мини-групп (команд) по 3-5 человек готовят ответ на вопросы к ситуации и представляют позицию своей команды в течение 15-20 минут. Один представитель команды излагает основное содержание кейса и суть подготовленного решения. Участники команды отвечают на вопросы слушателей и принимают участие в дискуссии. Представители других команд могут задавать вопросы и участвовать в дискуссии.

3 сценарий. Студенты самостоятельно изучают задания, собирают и анализируют информацию, проводят дополнительные исследования для решения поставленных задач по исследованию рынка и разработке маркетинговых стратегий.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самосто-

ятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Методические указания для обучающихся для подготовки к выполнению кейс-заданий

Кейс-задания - основной элемент метода case-study, который относится к неигровым имитационным активным методам обучения. Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой метод активного проблемноситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий).

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Метод case-study – инструмент, позволяющий применить теоретические знания к решению практических задач. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и совершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуа-

цией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ними будут придерживаться систематического подхода к их анализу, основные шаги которого представлены ниже.

1. Выпишите из соответствующих разделов учебной дисциплины ключевые идеи, для того чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые Вам предстоит использовать при анализе кейса.

2. Бегло прочтите кейс, чтобы составить о нем общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к кейсу и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст кейса, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Продумайте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть при работе с кейсом.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов:

используйте знания, полученные в процессе лекционного курса;

внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами;

не смешивайте предположения с фактами.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом в case-study используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет-презентация.

Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения. Одним из преимуществ публичной (устной) презентации является ее гибкость. Выступающий может откликаться на изменения окружающей обстановки, адаптировать свой стиль и материал, чувствуя настроение аудитории.

Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д. Подготовка письменного анализа кейса аналогична подготовке устного, с той разницей, что письменные отчеты-презентации обычно более структурированы и детализированы. Основное правило письменного анализа кейса заключается в том, чтобы избегать простого повторения информации из текста, информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения. Письменный отчет – презентация может сдаваться по истечении некоторого времени после устной презентации, что позволяет более тщательно проанализировать всю информацию, полученную в ходе дискуссии.

Методические указания для обучающихся для подготовки творческого задания

Целью проведения творческого задания является повышения уровня самостоятельности студентов, активизация познавательной деятельности, стимулирование творческого подхода при решении профессиональных задач.

Выполнение творческого задания в рамках изучения дисциплины является обязательным и предполагает индивидуальную или групповую работу.

Этапы работы над творческим заданием:

1. Определение темы творческого задания. На этом этапе следует определить, будет ли выполняться проект индивидуально или в группе.

2. Формулировка проблемы, постановка цели и задач.

3. Организация деятельности. Если проект выполняется в группе, следует организовать рабочую группу, определить роли каждого участника рабочей группы, спланировать совместную или индивидуальную деятельность по решению задач творческого задания.

4. Активная и самостоятельная работа над проектом; консультации

преподавателя; оформление полученных результатов.

5. Подготовка к защите творческого задания.

На выполнение творческого задания отводится 2 недели (время обучения в рамках темы). Объем выполненной работы должен быть оформлен в виде презентации.

Творческое задание считается выполненным полностью в случае:

1. Предоставления полного объема учебных материалов по заранее утвержденной теме, полностью раскрывающих заявленную тему;

2. Размещение материалов в электронной информационно-образовательной среде;

3. Соответствия представленных материалов требованиям по оформлению;

4. Наличия в брендированной презентации творческого задания описания используемых методов и источников литературы;

5. Успешной презентации и защиты проекта на практическом занятии.

Выполненное творческое задание должно быть представлено в виде презентации. При подготовке презентации используется брендированный шаблон презентации Академии. Работа должна быть оформлена соответствующим образом:

- титульный слайд (с указанием дисциплины, вида задания «творческое задание», темы, фамилии студента и преподавателя);
- содержание, или краткий план, выполняемой работы;
- введение (актуальность);
- основная часть (разработанные материалы);
- заключение (выводы);
- библиографический список, ссылки на Интернет-ресурсы.

Обычно презентация содержит около 20 слайдов. Текст на слайдах должен быть читаемым. Слайд не должен содержать только текс. При подготовке презентации следует применять схематичное изложение: использовать рисунки, схемы, диаграммы, графики и рисунки. Презентация должна быть выполнена в деловом стиле.

Подготовка к защите заключается в оформлении электронной брендированной презентации творческого задания, а также подготовке выступления, отражающего цели и задачи работы, основное содержание выполненной работы, полученные результаты, наиболее сильные стороны выполненной работы. Продолжительность выступления – не более 15 минут.

Защита творческих заданий предполагает выступление группы, выполнявшей творческое задание перед студентами и преподавателем. После каждого выступления присутствующие на защите участники задают вопросы, чтобы прояснить некоторые моменты, выяснить насколько глубоко проработана тема исследования и насколько эффективно. Каждая работа оценивается: при этом оценку своей работы получает каждый участник группы, учитывается выступление на защите, наконец, оценивается вся работа в целом.

Методические указания для обучающихся по организации само-

стоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, её объем по курсу «Мерчендайзинг» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Раздел 1. Концепции мерчендайзинга 1.1. Определение, цели и	1. История и развитие мерчендайзинга. 2. Современные и	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами инфор-	Презентации докладов на семинаре Презентация кейс-

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
задачи мерчендайзинга 1.2. Иллюзии, связанные с понятием мерчендайзинга. Различия в целях поставщика и розничного торговца 1.3. Правила мерчендайзинга	будущие тенденции мерчендайзинга	мационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации доклада Подготовка презентации кейс-задания	задания на ситуационном практикуме
Раздел 2. Мерчандайзинг производителя/поставщика 2.1. Цели и задачи мерчендайзинга поставщика 2.2. Мерчендайзинг в структуре торгового аппарата поставщика 2.3. Методы мерчендайзинга поставщика 2.4. Дизайн упаковки товара	1. Гибкая политика мерчендайзинга	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации доклада Подготовка презентации кейс-задания	Презентации докладов на семинаре Презентация кейс-задания на ситуационном практикуме
Раздел 3. Мерчендайзинг в розничной торговле 3.1. Продвижение товара через предприятия розничной торговли 3.2. Подходы к рекламе и стимулированию сбыта 3.3. Планировка и распределение розничных площадей 3.4. Атмосфера торгового зала и применение нейромерчандайзинга	1. Презентации, дегустации, раздачи образцов	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации доклада Подготовка презентации творческого задания	Презентации докладов на семинаре Презентации творческого задания на ситуационном практикуме

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Максимец, Н. В. Мерчандайзинг с основами ассортиментной политики : учебное пособие : [16+] / Н. В. Максимец ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 100 с. : табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483700. – Библиогр.: с. 85-90. – ISBN 978-5-8158-1912-2. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под ред. Т. Н. Парамоновой. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 283 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573164 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03540-1. – Текст : электронный.

2. Синяева, И. М. Маркетинг торговли : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2015. – 750 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453934 . – Библиогр.: с. 725-730. – ISBN 978-5-394-02387-3. – Текст : электронный.

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева и др. ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный.

4. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 279 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01975-3. – Текст : электронный.

5. Лукич, Р. Управление продажами : практическое пособие : [16+] / Р. Лукич. – Москва : Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279013. – ISBN 978-5-9614-2243-6. – Текст : электронный.

6. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами=SELLING & SALES MANAGEMENT : учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер ; пер. В.Н. Егоров. – Москва : Юнити, 2015. – 622 с. : табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548. – ISBN 5-238-00465-6. – Текст : электронный.

7. Шумилова, А.А. Разработка программы мероприятий совершенствования бизнес-процесса «Управление продажам» на предприятии торговли: выпускная квалификационная работа бакалавра / А.А. Шумилова ; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли, Высшая школа сервиса и торговли. – Санкт-Петербург : б.и., 2019. – 78 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563811. – Текст : электронный.

8. Олейник, К. Всё об управлении продажами : практическое пособие : [16+] / К. Олейник, С. Иванова, Д. Болдогоев ; ред. Ю. Быстрова. – 3-е изд. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. – 331 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. –

URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279847. – ISBN 978-5-9614-4658-6. – Текст : электронный.

9. Кондрашов, В.М. Управление продажами : учебное пособие / В.М. Кондрашов ; ред. В.Я. Горфинкель. – Москва : Юнити, 2012. – 320 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118749. – ISBN 978-5-238-01259-9. – Текст : электронный.

10. Красовская, Н.В. Эффективные продажи: учебно-методический комплекс. Практикум для студентов направления 38.03.02 Менеджмент очной и заочной формы обучения : [16+] / Н.В. Красовская ; отв. ред. Ю.А. Шумилова ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2018. – 30 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573503. – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Российская ассоциация маркетинга	http://www.ram.ru
2.	Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru
3.	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
4.	Маркетолог	http://www.marketolog.ru
5.	Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе	http://www.aup.ru
6.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
7.	Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН	www.isprras.ru
8.	Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения	www.wciom.ru
9.	Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр»	www.levada.ru
10.	Институт научной информации по общественным наукам	http://www.inion.ru/
11.	Российская государственная библиотека// электронный каталог	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
12.	Национальная электронная библиотека	http://www.rusneb.ru
13.	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
14.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Доклад-презентация	**1. Содержательная часть (максимум 6 баллов):** 5-6 – четко сформулирована цель, полноценна раскрыта тема, логично выстроено содержание, проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 3-4 – полноценно раскрыта тема, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично даны ответы на поставленные вопросы; 1-2 – тема раскрыта не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы. **2. Выступление (максимум 6 баллов):** 5-6 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 3-4 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-2 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 3 балла):** 3 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 2 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 15 баллов**
2.	Кейс-задание	**1. Содержательная часть (максимум 9 баллов):** 7-9 – четко сформулирована цель задания, полноценно раскрыты вопросы кейса, логично выстроено содержание, проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны необходимые доказательства для подкрепления выводов;

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		4-6 – полноценно раскрыты вопросы кейса, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично дана доказательная аргументация сделанных выводов; 1-3 – ответы на вопросы кейса раскрыты не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы. **2. Выступление (максимум 6 баллов):** 5-6 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 3-4 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-2 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **Итого максимально 15 баллов**
3.	Творческое задание	**1. Творческая часть (максимум 10 баллов):** 8-10 – четко сформулирована цель задания, логично выстроено содержание задания, выполнены все этапы выполнения задания сделанные выводы хорошо аргументированы, представленные результаты подкреплены необходимыми доказательствами, доказана эффективность и целесообразность предложений; 5-7 – цель сформулирована, выполнены не все задания или имеются ошибки при выполнении заданий, результаты не полностью обоснованы, доказательство необходимости реализации предложений не представлены в полной мере; 1-4 – этапы и очередность выполнения задания выполнены не в полной мере, нарушена последовательность, при подготовке использовались данные из открытых источников, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, не оценена целесообразность использования результатов. **2. Выступление (максимум 7 баллов):** 5-7 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 3-4 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-2 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 8 баллов):** 7-8 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 4-6 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала;

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		1-3 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 25 баллов**

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания к практическим занятиям</u>

Примерная тематика докладов-презентаций

1. Понятие мерчандайзинга и его соотношение с маркетингом.
2. Мерчандайзинг – маркетинговая технология, реализуемая в розничной торговле.
3. Мерчандайзинг в системе управления розничными продажами.
4. Значение мерчандайзинга в торговом бизнесе.
5. Эволюция и структура мерчандайзинга.
6. Мерчандайзинг и его применение на современном этапе.
7. Место мерчандайзинга в интегрированных маркетинговых коммуникациях.
8. Лояльность потребителей и мерчандайзинг.
9. Роли поставщиков и розничных торговцев в мерчандайзинге.
10. Основные правила создания эффективной системы успешного мерчандайзинга
11. Особенности поведения потребителей в местах продажи.
12. Процесс принятия решения о покупке: основные этапы.
13. Виды потребительской мотивации к покупке.
14. Формирование принципов мерчандайзинга на основе теорий рефлексов.
15. Распределение познавательных ресурсов в пространстве торгового Д зала и во времени.
16. Управление поведением посетителей на основе восприятия и ощущений.
17. Законы зрительного восприятия товара покупателем в местах продаж.
18. Психологические особенности различных категорий покупателей.
19. Импульсивная покупка и факторы, влияющие на увеличение импульсивных покупок в торговом зале.
20. Зоны импульсных продаж и способы достижения максимального эффекта от их использования.
21. Способы влияния на поведение покупателей: изменение потока, промоушн-акции, скидки и распродажи.

22. Планировка торгового пространства в местах продаж. Виды технологических планировок торгового зала.

23. Приоритетное место продаж, его назначение.

24. Анализ привлекательности товарного отдела и выбор оптимального варианта его размещения.

25. Размещение оборудования и формирование характера движения покупателей.

26. Благоприятные и неблагоприятные зоны в магазине. Организация дополнительных мест продаж.

27. Кассовая зона. Расчет оптимального количества касс на торговый зал.

28. Перекрестный мерчандайзинг как метод формирования товарных категорий.

29. Система навигации и информирования покупателей в торговом зале.

30. Мерчандайзинг как инструмент управления пространством магазина. Правило «золотого треугольника».

31. Концепция магазина («ценовая», «театральная», «экономии времени», «информационно-ознакомительная», «мультиатрибутивная»)

32. Принципы и стандарты выкладки товара в местах продаж.

33. Организация размещения и выкладки товаров как составная часть управления торговым предприятием.

34. Виды выкладки (вертикальная, горизонтальная, дисплейная, палетная «навалом», многотоварная), уместность различных видов выкладки в зависимости от специализации и концепции магазина.

35. Специальная выкладка: экспозиция в местах продажи.

36. Выкладка товара на островных и пристенных прилавках.

37. Значение и разработка упаковки товара в системе мерчандайзинга.

38. Выкладка гастрономических товаров.

39. Выкладка бакалейных товаров.

40. Выкладка молочных и кисломолочных продуктов.

41. Выкладка сельскохозяйственной продукции.

42. Замороженные продукты: ассортимент и способы представления.

43. Выкладка мяса и мясопродуктов.

44. Выкладка алкогольной продукции.

45. Сезонный мерчандайзинг: управление сезонными продажами.

46. Основные подходы к разработке и построению планограмм товара.

47. Продажа товаров по методу АВС.

48. Рекламно-презентационные материалы, их виды и особенности.

49. Торгово-розничная реклама: построение образа магазина.

50. Витрина как средство рекламы в местах продаж.

51. Использование электронных средств рекламы в местах продаж.

52. Правила представления: визуальные компоненты внутримагазинной рекламы.

53. Внешнее оформление магазина. Название. Вывеска. Вход. Парковка. Оформление витрин.

54. Внутреннее оформление магазина. Основные зоны торгового зала. Дизайн торгового зала. Декоративные элементы.

55. Средства стимулирования сбыта в мерчандайзинге. Факторы, способствующие увлечению продаж. Творчество и нестандартные подходы в мерчандайзинге.

56. Поведение покупателя и атмосфера магазина.

57. Цветовая гамма интерьера. Подбор оптимального цвета для магазинов различной специфики и концепции.

58. Воздействие на потребителя при помощи светового оформления магазина.

59. Зеркала и декоративные элементы в торговом пространстве магазина.

60. Музыка. Подбор музыки для магазинов разной товарной специализации.

61. Арома-маркетинг. Подбор ароматов для магазинов различной специализации. Температура воздуха

62. Варианты размещения отдела мерчандайзинга в организационной структуре компании.

63. Функции и обязанности сотрудников отдела мерчандайзинга. Требования к профессиональной компетенции мерчандайзера.

64. Разработка и реализация программы мерчандайзинга.

65. Механизм оценки эффективности мерчандайзинга на предприятии и работы мерчандайзеров.

66. Стандарт мерчандайзинга. Общие положения. Типовая схема планировки торгового зала. Планограммы выкладки товара (в зависимости от специфики магазина). Карта выкладки товаров для фирменной секции.

67. Правила разработки стандарта мерчандайзинга для магазинов различной специфики.

Примерные кейс-задания

Кейс-задание 1. «Мерчандайзинг в системе розничных продаж»

• Оцените возможности применения технологий мерчендайзинга в следующих условиях: − магазин, торгующий только уцененными товарами; − магазин, торгующий оборудованием для типографий; − магазин, торгующий канцелярскими товарами; − магазин, расположенный в сельской местности; − интернет- и теле-магизины; − магазин в бывшем СССР; − магазин, торгующий парфюмерией; − личные продажи.

• Как различается использование технологий мерчандайзинга в розничных торговых предприятиях различных видов и типов (универмагах, универсамах, супермаркетах, специализированных магазинах и др.) Подготовьте примеры.

• Приведите примеры совпадений и различий в целях и задачах мер-

чандайзинга различных субъектов мерчандайзингового процесса.

Кейс-задание 2. «Поведение потребителя как компонент системы мерчандайзинга»

Подготовьте примеры непроизвольного и произвольного внимания к товарам и услугам создаваемого в торговом зале магазина с помощью раздражителей.

• На примере конкретных магазинов покажите внешние факторы, активизирующие безусловные и преобладающие условные рефлексы.

• Перечислите основные процедуры мерчандайзинга. На примере супермаркета (универсама) вашего города проанализируйте их применение.

• Как различается использование технологий мерчандайзинга в розничных торговых предприятиях различных видов и типов (универмагах, универсамах, супермаркетах, специализированных магазинах и др.) Подготовьте примеры.

• Опишите процесс совершения покупки потребителем для товаров, которые принадлежат к следующим группам:

– товары повседневного спроса;

– товары предварительного спроса;

– товары импульсного спроса.

Для выполнения данного задания выберите по одному товару из каждой группы (например, из группы товаров предварительного выбора, чтобы описать процесс совершения покупки мягкой мебели для жилого дома). Существуют ли различия в мотивах совершения покупки, источниках информации о товаре, способах стимулирования покупателей в зависимости от типа покупателей (чувствительные к цене и чувствительные к качеству товара).

Кейс-задание 3. «Внутренняя планировка магазина и подбор торгового оборудования»

• Изучите материал по различным видам планировок торгового зала и сделайте письменное задание по различным видам планировок, выделив их достоинства и недостатки (на примере конкретных магазинов).

• На примерах конкретных магазинов проанализируйте порядок размещения отделов и секций и оцените их целесообразность с позиций мерчандайзинга.

• На примерах конкретных магазинов представьте схему размещения отделов и товарных групп, объясните, какой подход применяется – традиционный или мерчандайзинговый.

• Приведите характеристику торгового ассортимента магазинов разных видов и типов. Какие товары можно отнести к товарам повседневного спроса, товарам предварительного выбора и специального ассортимента. Какие этапы принятия решения о покупке характерны для товаров различных групп.

• Проанализируйте размещение товаров в магазине (универсам, супермаркет, гипермаркет): расположение отдельных секций и товаров внутри секции. Дайте оценку качества размещения.

• Выберите один из известных вам магазинов города и выполните за-

дание по следующему плану:

− начертите схему торгового зала магазина;

− укажите на плане, как осуществляется направление движения потока покупателей, соответствует ли оно принципам мерчендайзинга;

− обозначьте на плане «горячие» и «холодные» зоны, предложите пути нейтрализации «холодных» зон;

− разместите на схеме торговое оборудование, имеющееся в магазине; определите, какой тип размещения оборудования использован;

− рассчитайте коэффициент установочной площади магазина;

− выявите приоритетные места в торговом зале магазина;

− укажите на схеме как размещаются отделы в торговом зале;

− выполните анализ привлекательности отделов, выявите наиболее эффективный вариант размещения;

− перечислите способы, используемые для замедления движения покупателей в торговом зале.

Насколько существующая схема расположения товарных групп в торговом зале соответствует стандартам мерчендайзинга. При выявлении несоответствий предложите варианты устранения несоответствий. Составьте схему размещения товарных групп по методу АВС.

Кейс-задание 4. «Организация системы мерчандайзинга в компании»

Выберите магазин, расположенный в вашем городе, который вам более всего симпатичен, либо который вам не нравится по каким-либо причинам. Магазин может иметь любой формат обслуживания, осуществлять торговлю любыми товарами (как продовольственными, так и непродовольственными) для различных групп потребителей. Исходя из собственных наблюдений, мнений друзей и знакомых выполните следующие задания:

− Опишите магазин, его местоположение, формат торговли, основных конкурентов.

− Перечислите ассортиментные группы товаров, имеющихся в магазине, состав каждой группы по подгруппам.

− Опишите потребителей, на которых рассчитан данный ассортимент (пол, возраст, уровень доходов и т. д.).

− Определите, насколько ассортимент товаров удовлетворяет запросы всех перечисленных групп потребителей.

− Что необходимо предпринять магазину для наилучшего удовлетворения запросов потребителей и повышения их лояльности к магазину?

− Выполняется ли правило сроков хранения и ротации товаров на полке (FIFO)?

Примерные творческие задания

Творческое задание 1. «Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в местах продаж»

• Выберите один из известных вам магазинов города и выполните задание по следующему плану:

− Изучите, насколько в выбранном вами магазине соблюдаются принципы и правила выкладки товаров.

− Приведите примеры перекрестного мерчендайзинга, применяемого в магазине.

− Опишите, какие способы возбуждения интереса и привлечения внимания покупателей к товарам используются в магазине.

− Представьте фотографии (по возможности) или схемы.

− Приведите примеры группировки товаров по маркам, сортам, производителю и упаковке, используемые в магазине.

− Приведите примеры нарушения принципов и правил группировки товаров и размещения на торговом оборудовании магазина.

− Какие психофизиологические и социально-психологические особенности природной системы человека используются при организации выкладки товаров в магазине?

− Составьте планограмму выкладки любой группы товаров, имеющейся в выбранном вами магазине.

• Выберите один из известных вам магазинов города и выполните задание по следующему плану:

− На плане торгового зала выбранного вами магазина обозначьте места, где размещены декоративные выкладки.

− Опишите и укажите на плане торгового зала специальные выкладки товаров, применяемые в магазине. Насколько соответствуют данные экспозиции правилам размещения специальных выкладок? Являются ли они актуальными? Как часто в магазине меняются экспозиции выкладок?

− Соответствуют ли в магазине товарные выкладки следующим принципам: обзор, доступность, опрятность, заполненность полок, привлекательность упаковки?

− Какие концепции выкладки товара используются в магазине?

− Соблюдаются ли правила расположения товаров на полках: недорогое вперед, принцип чересполосицы, размещение основных марок, товарное соседство, высота полок стеллажей, учет размера упаковки товара, правило «лицом к покупателю»?

− Опишите последствия, которые возникают при несоблюдении данных правил.

− Выберете группу товаров, выделите ассортиментные позиции и просчитайте количество фэйсингов данной группы на одном стеллаже.

− Какие цели преследует производитель или ритейлор при постановке полочного пространства в данном магазине?

Творческое задание 2: «Размещение POS-материалов в местах продаж»

− Посетив сеть магазинов «Солнечный круг», «Магнит», «Окей» рассмотрите основные правила и эффективность использования POS-материалов при выкладке товаров на полочном пространстве, их роль в оформлении торгового пространства, получение информации о товарах-новинках, удобство передвижения и ориентации покупателя в торговом зале, навигация магазина (внешняя и внутренняя). Выполнение данного задания предусматривает демонстрацию слайдов и визуализацию POS-материалов.

− На примере рекламы розничных торговых предприятий покажите, каким образом сопровождение покупки (музыка, свет, цвет и т.д.) поможет выработать у покупателей условные рефлексы, которые становятся самостоятельными стимуляторами и мотивами потребностей и познания товаров.

• Выберите один из известных вам магазинов города и выполните задание по следующему плану:

− Изучите ценники, которые имеются в выбранном вами магазине. Каковы их размеры, цвет, шрифт?

− Существуют ли различия между ними, какие?

− Имеются ли товары, возле которых нет ценника?

− В чем, на ваш взгляд, состоят ошибки в оформлении и размещении ценников в магазине?

− Предложите свои варианты ценников.

− Какие POS-материалы имеются в магазине (перечислите, разбейте на группы)?

− Каково количество POS-материалов в магазине и соответствует ли оно правилам мерчендайзинга?

− Укажите на плане места расположения POS-материалов.

− Выберите одно из основных мест продажи товара, выполните его схему и укажите виды POS-материалов и их расположение на данной схеме.

− Выявите ошибки, допущенные при представлении товара и размещении POS-материалов на основном месте продажи. Предложите свой вариант. То же самое проделайте для дополнительного места продажи.

− Используется ли принцип KISS в магазине?

− Какие визуальные компоненты внутримагазинной рекламы (изображения, знаки, указатели) используются в выбранном вами магазине? Укажите ошибки, если имеются, и свой вариант.

Творческое задание 3: «Эмоционально-чувственные инструменты мерчандайзинга»

• Составьте список элементов общей атмосферы, которые вы ожидаете увидеть в ведущих супермаркетах. А теперь посетите два супермаркета разных компаний и посмотрите, какие элементы следует добавить к вашему списку или исключить из него.

• Выберите по своему усмотрению два магазина в центре города. Посетите их и проанализируйте, каким образом вывеска, дизайн витрин, атмосфера, униформа персонала, особенности упаковки и внутренняя планировка магазина создают имидж магазина и позиционируют компанию. Также представьте свои рекомендации по поводу того, какие элементы нуждаются в улучшении.

• Разработайте для выбранного вами магазина следующие компоненты его атмосферы:

− концепцию внутреннего дизайна и интерьера;

− освещение в зале и подсветку оборудования (в целях нейтрализа-

ции «холодных» зон);

− цвета, используемые в интерьере;
− место расположения магазина;
− наличие, подбор и громкость музыки;
− запахи и температурный режим в торговом зале;
− оформление витрин и манекенов (при наличии).

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Мерчендайзинг» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно / не зачтено**)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Понятие мерчандайзинга и его соотношение с маркетингом.
2. Мерчандайзинг – маркетинговая технология, реализуемая в розничной торговле.
3. Мерчандайзинг в системе управления розничными продажами.
4. Значение мерчандайзинга в торговом бизнесе.
5. Эволюция и структура мерчандайзинга.
6. Мерчандайзинг и его применение на современном этапе.
7. Место мерчандайзинга в интегрированных маркетинговых коммуникациях.
8. Лояльность потребителей и мерчандайзинг.
9. Роли поставщиков и розничных торговцев в мерчандайзинге.
10. Основные правила создания эффективной системы успешного мерчандайзинга.
11. Особенности поведения потребителей в местах продажи.
12. Процесс принятия решения о покупке: основные этапы.
13. Виды потребительской мотивации к покупке.
14. Формирование принципов мерчандайзинга на основе теорий рефлексов.
15. Распределение познавательных ресурсов в пространстве торгового зала и во времени.
16. Управление поведением посетителей на основе восприятия и ощущений.
17. Законы зрительного восприятия товара покупателем в местах продаж.
18. Психологические особенности различных категорий покупателей.
19. Импульсивная покупка и факторы, влияющие на увеличение импульсивных покупок в торговом зале.
20. Зоны импульсных продаж и способы достижения максимального эффекта от их использования.
21. Способы влияния на поведение покупателей: изменение потока, промоушн-акции, скидки и распродажи.
22. . Планировка торгового пространства в местах продаж. Виды технологических планировок торгового зала.
23. Приоритетное место продаж, его назначение.
24. Анализ привлекательности товарного отдела и выбор оптимального варианта его размещения.
25. Размещение оборудования и формирование характера движения покупателей.
26. Благоприятные и неблагоприятные зоны в магазине. Организация дополнительных мест продаж.
27. Кассовая зона. Расчет оптимального количества касс на торговый

зал.

28. Перекрестный мерчандайзинг как метод формирования товарных категорий.
29. Система навигации и информирования покупателей в торговом зале.
30. Мерчандайзинг как инструмент управления пространством магазина. Правило «золотого треугольника».
31. Концепция магазина («ценовая», «театральная», «экономии времени», «информационно-ознакомительная», «мультиатрибутивная»)

Задания 2-го типа

1. Принципы и стандарты выкладки товара в местах продаж.
2. Организация размещения и выкладки товаров как составная часть управления торговым предприятием.
3. Виды выкладки (вертикальная, горизонтальная, дисплейная, палетная «навалом», многотоварная), уместность различных видов выкладки в зависимости от специализации и концепции магазина.
4. Специальная выкладка: экспозиция в местах продажи.
5. Выкладка товара на островных и пристенных прилавках.
6. Значение и разработка упаковки товара в системе мерчандайзинга.
7. Выкладка гастрономических товаров.
8. Выкладка бакалейных товаров.
9. Выкладка молочных и кисломолочных продуктов.
10. Выкладка сельскохозяйственной продукции.
11. Замороженные продукты: ассортимент и способы представления.
12. Выкладка мяса и мясопродуктов.
13. Выкладка алкогольной продукции.
14. Сезонный мерчандайзинг: управление сезонными продажами.
15. Основные подходы к разработке и построению планограмм товара.
16. Продажа товаров по методу АВС.
17. Рекламно-презентационные материалы, их виды и особенности.
18. Торгово-розничная реклама: построение образа магазина.
19. Витрина как средство рекламы в местах продаж.
20. Использование электронных средств рекламы в местах продаж.
21. Правила представления: визуальные компоненты внутримагазинной рекламы.
22. Внешнее оформление магазина. Название. Вывеска. Вход. Парковка. Оформление витрин.
23. Внутреннее оформление магазина. Основные зоны торгового зала. Дизайн торгового зала. Декоративные элементы.
24. Средства стимулирования сбыта в мерчандайзинге. Факторы, способствующие увлечению продаж. Творчество и нестандартные подходы в мерчандайзинге.
25. Поведение покупателя и атмосфера магазина.
26. Цветовая гамма интерьера. Подбор оптимального цвета для магазинов различной специфики и концепции.

27. Воздействие на потребителя при помощи светового оформления магазина.
28. Зеркала и декоративные элементы в торговом пространстве магазина.
29. Музыка. Подбор музыки для магазинов разной товарной специализации.
30. Арома-маркетинг. Подбор ароматов для магазинов различной специализации. Температура воздуха.
31. Варианты размещения отдела мерчандайзинга в организационной структуре компании.
32. Функции и обязанности сотрудников отдела мерчандайзинга. Требования к профессиональной компетенции мерчандайзера.
33. Разработка и реализация программы мерчандайзинга.
34. Стандарт мерчандайзинга. Общие положения. Типовая схема планировки торгового зала. Планограммы выкладки товара (в зависимости от специфики магазина). Карта выкладки товаров для фирменной секции.
35. Правила разработки стандарта мерчандайзинга для магазинов различной специфики

Задания 3-го типа

Изучите примеры выкладки товара. Проанализируйте расположение товара, оформление, использование оборудования. Охарактеризуйте примеры мерчандайзинга. Ответ обоснуйте.

Задание 1.







Задание 2.





Задание 3.







Задание 4.







Задание 5.







Задание 6.



Задание 7.



Задание 8.







Задание 9.





Задание 10.



ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Товарная информация»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине..... **Ошибка! Закладка не определена.**

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

III. Тематический план 7

IV. Содержание дисциплины 8

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**0

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 18

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....21

I. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Товарная информация» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 963.

Дисциплина «Товарная информация» дает ответы на вопросы о том, какими основными категориями оперирует данная наука, каково назначение товарной информации, рассматривает правовую и нормативную базу информационного обеспечения товарной информации, классификацию и виды товарно-сопроводительных документов, маркировку товаров как одного из видов предоставления информации для потребителей (пользователей), технические регламенты и стандарты, устанавливающие требования к информации для потребителей о потребительских товарах, особенности маркировки групп однородных продовольственных и непродовольственных товаров, классификацию и виды информационных знаков, особенности маркировки сертифицированных товаров и их упаковки, правовую базу использования товарных знаков, особенности технологии товародвижения с использованием штриховых кодов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Товарная информация» является теоретическая и практическая подготовка обучающихся в области товарной информации, формированию у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для профессиональной деятельности в сфере оптовой и розничной торговли.

Задачи дисциплины:

- овладеть основными понятиями в области информации о потребительских товаров;
- изучить цели, задачи, принципы и объекты товарной информации;
- усвоить классификацию товарной информации, а также средств доведения ее до хозяйствующих субъектов;
- изучить правовую и нормативную базу информационного обеспечения товарной информации;
- овладеть методами оценки информации о потребительских товарах торгового предприятия;
- усвоить особенности маркировки групп однородных

продовольственных и непродовольственных товаров;

- изучить основные понятия, назначение и виды товарно-сопроводительных документов.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.2** Осуществляет поиск, сбор и анализ информации необходимой для решения профессиональных задач по управлению торгово-экономическими системами	Знает нормативно-правовые, нормативно-технические документы, товарно-сопроводительные документы, содержащие требования к товарной информации	Умеет изучать, обобщать и анализировать товарную информацию, оценивать соответствие товарной информации, требованиям, предъявляемым к ней для решения профессиональных задач	Имеет практический опыт оценки соответствие товарной информации установленным требованиям и работать в базами информационных ресурсов товарной информации с применением информационно-коммуникационных технологий с целью управления торгово-экономическими процессами в торговле	Контактная работа: Лекции Семинар Практикум по решению задач Ситуационный практикум Самостоятельная работа: Конспект

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Понятие товарной информации, ее классификация. Средства товарной информации	4	2		2						15	Семинар № 1 / 10 Защита отчета по ситуационному практикуму № 1 /12
Тема 2. Товаросопроводительные документы как средство товарной информации	6	2	2							20	Семинар № 2 /10 Защита отчета по практикуму по решению задач № 1 / 12
Тема 3. Маркировка потребительских товаров	5	2	2	3						20	Семинар № 3 /10 Защита отчета отчета по ситуационный практикум № 2 /12 Защита отчета по практикум по решению задач № 2 / 12
Тема 4. Требования к информации для потребителей. Информационные знаки	4	2		2						15	Семинар № 4 /10 Защита отчета по ситуационному практикуму № 3 /12
Всего:	**19**	**8**	**4**	**7**					**70**	**100**	
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Понятие товарной информации, ее классификация. Средства товарной информации

Товарная информация: основные понятия. Источники товарной информации. Виды товарной информации: основополагающая, коммерческая и потребительская (информация для потребителей). Формы информации: словесная, изобразительная, символическая.

Назначение и краткая характеристика товарной информации разных видов и форм. Функции товарной информации.

Правовая и нормативная база информационного обеспечения. Правовая база: Федеральные законы в области информационного обеспечения продавцов и потребителей; объекты, нормы, устанавливаемые ими. Права и ответственность продавцов по вопросам товарной информации. Права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах. Нормативная база: виды нормативных документов, регламентирующих требования. к товарной информации. Нормы и правила, установленные в этих документах.

Правовая информация и способы ее распространения. Основные характеристики и классификация справочно-правовых систем. Специализированные справочно-правовые системы для торговли.

Основные требования к товарной информации. Федеральные законы и постановления правительства, устанавливающие требования к товарной информации. Характеристика отдельных требований.

Оценка соответствия товарной информации установленным требованиям. Признаки недостоверной информации: искажение, введение приобретателя в заблуждение. Современные тенденции в области применения знаков соответствия.

Тема 2. Товаросопроводительные документы как средство товарной информации

Классификация средств товарной информации. Средства товарной информации: классификация, назначение. Информационные ресурсы: понятие, назначение, виды. Характеристика нормативных и технических документов как носителей товарной информации.

Классификация знаков, используемых в составе информации о товаре.

Товарно-сопроводительные документы (ТСД): понятие, классификация, назначение, основные реквизиты, правила заполнения. Эксплуатационные документы: понятие, назначение, разновидности. Требования к информации в эксплуатационных документах.

Унифицированные системы ТСД. Современные технологии работы с ТСД. Защитные знаки на ТСД. Ответственность за отсутствие обязательных ТСД.

Тема 3. Маркировка потребительских товаров

Маркировка товаров как один из видов предоставления информации для потребителей (пользователей). Маркировка: понятие, назначение, функции, виды. Маркировка товаров и международная торговля. Требования нормативных документов к маркировке товаров. Производственная маркировка: понятие, носители, способы нанесения информации и требования к ним. Торговая маркировка: понятие, носители, требования к информации, структура маркировки.

Технические регламенты и стандарты, устанавливающие требования к информации для потребителей о продовольственных товарах. Общие и специфичные требования к информации для потребителей о пищевых продуктах и табачных изделиях.

Особенности маркировки групп однородных продовольственных и непродовольственных товаров.

Особенности маркировки консервов: расшифровка условных обозначений на штампах банок. Ветеринарная и товароведная маркировка мясных туш: назначение, нормативные документы, штампы и клейма для разных видов и категорий мяса.

Специфика маркировки алкогольных напитков: носители (этикетка, контрэтикетка, кольеретка) и их назначение, требования к информации. Применение акцизных марок, их назначение, порядок маркировки, документы, их регистрирующие. Идентификационные номера: назначение, порядок получения и нанесения. Защитные знаки: назначение, виды. Особенности маркировки безалкогольных напитков: носители, функции, требования к информации.

Особенности маркировки зерномучных, плодоовощных, кондитерских, вкусовых, молочно-жировых, мясных и рыбных товаров. Особенности маркировки табачных изделий: требования к информации.

Тема 4. Требования к информации для потребителей. Информационные знаки

Информационные знаки: компонентные, эксплуатационные, манипуляционные, предупредительные и экологические: понятие, назначение. Классификация на группы и подгруппы. Характеристика информационных знаков разных групп и подгрупп: понятие, назначение, применяемая символика, сущность заложенной в информационных знаках информации.

Особенности маркировки сертифицированных товаров и их упаковки.

Правовая база использования товарных знаков. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства. Международная регистрация знаков. Передача товарного знака. Прекращение правовой охраны товарного знака.

Штриховое кодирование: понятие, назначение. Преимущества использования штриховых кодов. Классификация штриховых кодов: коды: EAN, UPC, Code 39, Codabar. Типы кода EAN. Структура кодов EAN разных типов.

Критерии правильности считывания штриховых кодов: воспроизводство символов, уведомление партнеров, соблюдение цветовых сочетаний, размеров светового поля, размещение на маркировке, размеры штрихового кода.

Технология нанесения и считывания штриховых кодов. Особенности технологии товародвижения с использованием штриховых кодов.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Товарная информация» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, лабораторные практикумы, подготовка докладов по изучаемым темам и презентаций к ним, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя. направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций студентам рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии воспроизвести изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с указанной основной и дополнительной литературой, подготовиться к зачету.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. Способствуют формированию умения самостоятельного поиска, обобщения и анализа информации, навыков выступать, мыслить логически, аргументировано излагать сою точку зрения по обсуждаемому вопросу, критически оценивать выступления остальных участников, развивать культуру ведения дискуссии.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии на семинаре

Дискуссия – целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии – обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач ориентирован на выполнение обучаемыми набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Порядок проведения практикума:

1) постановка целей и задач работы;

2) информирование о порядке проведения занятия и критериях оценки результатов работы;

3) краткая характеристика, анализ структуры и содержания источника;

4) выдача заданий и определение необходимого времени для их решения;

5) информирование о требованиях к оформлению и форме представления результатов;

6) решение типового примера и разъяснение методики решения типовых задач;

7) выполнение работы и проверка преподавателем готовности обучаемых;

8) демонстрация результатов выполнения работы и разбор и устранение ошибок. В случае необходимости, объясняется решение задач преподавателем либо студентом (под контролем преподавателя), успешно решившим данные задачи.

9) подведение итогов практического занятия и оформление оценки результатов работы в соответствии со шкалой баллов.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, цель которого состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и устного изложения собственных мыслей. Использование кейс - метода направлено на формирование умений мыслительной деятельности, способности воспринимать поток информации, оценивать условия и факторы осуществления торговой деятельности в практических ситуациях развития торгового дела

Ситуационный практикум должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках курса, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Элементы содержания ситуационного практикума:

1. Выделение основной проблемы;
2. Краткая формулировка собственного взгляда, видения проблемы;
3. Анализ различных научных взглядов психологов, социологов, политиков, писателей и др. на данную проблемы;
4. Авторский вывод из приведенных суждений (авторская позиция).

Методические указания для обучающихся по выполнению практикума по решению задач

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

– ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

– получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;

– использовать под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума

– получить от преподавателя конкретное задание и информацию о

сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Товарная информация» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Понятие товарной информации, ее классификация. Средства товарной информации	Правовая информация и способы ее распространения. Основные характеристики и классификация справочно-правовых систем. Специализированные справочно-правовые системы для торговли. Оценка соответствия товарной информации установленным требованиям. Признаки недостоверной информации: искажение, введение приобретателя в заблуждение. Современные тенденции в области применения знаков соответствия	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к ситуационному практикуму, написание отчета по практикуму	Дискуссия на семинаре Отчет по ситуационному практикуму
Тема 2. Товаросопроводительные документы как средство товарной информации	Классификация знаков, используемых в составе информации о товаре. Унифицированные системы ТСД. Современные технологии работы с ТСД. Защитные знаки на ТСД. Ответственность за отсутствие обязательных ТСД.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	Отчет по практикуму по решению задач
Тема 3. Маркировка потребительских товаров	Особенности маркировки консервов: расшифровка условных обозначений на штампах банок. Ветеринарная и товароведная маркировка мясных туш: назначение, нормативные	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к семинару Подготовка к ситуационному практикуму,	Дискуссия на семинарах Отчет по ситуационному практикуму Отчет по практикуму по решению задач

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
	документы, штампы и клейма для разных видов и категорий мяса. Специфика маркировки алкогольных напитков: носители (этикетка, контрэтикетка, кольеретка) и их назначение, требования к информации. Применение акцизных марок, их назначение, порядок маркировки, документы, их регистрирующие. Идентификационные номера: назначение, порядок получения и нанесения. Защитные знаки: назначение, виды. Особенности маркировки безалкогольных напитков: носители, функции, требования к информации. Особенности маркировки зерномучных, плодоовощных, кондитерских, вкусовых, молочно-жировых, мясных и рыбных товаров. Особенности маркировки табачных изделий: требования к информации.	подготовка отчета по практикуму Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму	
Тема 4. Требования к информации для потребителей. Информационные знаки	Правовая база использования товарных знаков. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства. Международная регистрация знаков. Передача товарного	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к ситуационному практикуму,	Отчет по ситуационному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
	знака. Прекращение правовой охраны товарного знака. Критерии правильности считывания штриховых кодов: воспроизводство символов, уведомление партнеров, соблюдение цветовых сочетаний, размеров светового поля, размещение на маркировке, размеры штрихового кода. Технология нанесения и считывания штриховых кодов. Особенности технологии товародвижения с использованием штриховых кодов.	подготовка отчета по практикумам	

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Райкова, Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник / Е.Ю. Райкова. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 412 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru

2. Николаева, М. А. Товарная информация: Учебник/ М. А. Николаева, Л. В. Карташова – Москва: Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 256 с. – Текст: электронный. - URL:

Дополнительная литература:

3. Зонова, Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие / Л.Н. Зонова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова; отв. ред. Ж.Ю. Койтова. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 192 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru

4. Косарева, О.А. Теоретические основы товароведения: учебник: [16+] / О.А. Косарева. – Москва: Университет Синергия, 2017. – 177 с. : ил., табл. – (Легкий учебник). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru

5. Синяева И.М. Маркетинг торговли: учебник / под ред. Л.П. Дашкова. - 4-е изд. - М.: Дашков и К°, 2015. - 750 с. – режим доступа http://biblioclub.ru

6. Товароведение однородных групп продовольственных товаров: учебник / Л.Г. Елисеева, Т.Г. Родина, А.В. Рыжакова и др.; под ред. Л.Г. Елисеевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 950 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru

7. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров: учебник / Т.И. Чалых, Е.Л. Пехташева, Е.Ю. Райкова и др.; под ред. Т.И. Чалых, Н.В. Умаленовой. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 760 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru

Нормативно-правовые документы:

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ.

2. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей»

3. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»

4. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции»

5. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 033/2013 «О безопасности молока и молочной продукции»

6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 023/2011 «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей»

7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 034/2013 «О безопасности мяса и мясной продукции»

8. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 024/2011 «Технический регламент на масложировую продукцию»

9. ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» (с Изменениями № 1, 2)

10. ГОСТ Р 53917-2010 «Обувь. Маркировка»

11. ГОСТ 10581-91 «Изделия швейные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение» (с Изменением № 1, с Поправкой)

12. ГОСТ Р 53196-2008 (ИСО 10713:1992) «Ювелирные изделия. Покрытия сплавами на основе золота».

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
2.	Электронная библиотека – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
3.	Официальный сайт правовой и нормативно-технической документации – Консорциум КОДЕКС	http://docs.cntd.ru
4.	Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека	http://www.rospotrebnadzor.ru/
5.	Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии	https://www.gost.ru/portal/gost
6.	Официальный сайт Российской системы качества – Роскачество	https://roskachestvo.gov.ru/
7.	Официальный сайт Росконтроль – независимая экспертиза товаров	https://roscontrol.com/
8.	Официальный сайт Общества защиты прав потребителей	http://www.ozpp.ru/
9.	Центр независимой потребительской экспертизы	www.cnpe.spb.ru/
10.	Международная конфедерация обществ потребителей	www.konfop.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Ситуационный практикум	12-9 баллов – участники мини-группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 8-5 баллов – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 4-1 баллов – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект корпоративного имиджа, в последующей дискуссии принимали не слишком активное
2.	Практикум по решению задач	12-9 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 8-5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 4-1 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, определены
3.	Дискуссия на семинаре	10-7 – распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 5-4 выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; 6-4 – распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 3-2 выступлений, точка зрения не достаточно аргументирована, но обоснована 3-1 – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания по теме 1. Понятие товарной информации, ее классификация. Средства товарной информации

Вопросы для обсуждения на семинаре № 1 на тему: «Значение товарной информации в условиях современного рынка»

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы значения товарной информации в современных условиях. Предлагается изучить

На основе самостоятельного изучения вопроса рекомендуется:

– проверить изложенные в материалах оценки самостоятельно, при необходимости, посетить магазины.

– структурировать и изложить в ходе семинара свое мнение с точки зрения производителя, специалиста в области ритейла и покупателя.

– доказать и отстоять в дискуссии свое видение.

Вопросы для дискуссии:

1. Обозначьте необходимость получения информации о товаре покупателем и производителем продукции.
2. Какова роль товарной информации в обеспечении качества и безопасности товаров?
3. Дайте характеристику составляющих правила «3Д».
4. В каких нормативных документах регламентируются требования к товарной информации?
5. Достаточно ли информации содержится на упаковках, покупаемых товаров?
6. Что по-Вашему нужно добавить в товарную информацию? Обоснуйте свою позицию.
7. Какие достоинства и недостатки Вы видите в различных формах товарной информации?
8. Какую информацию изготовитель обязан предоставить потребителю?
9. Какую информацию должны предоставить потребителю на предприятии розничной торговли?
10. Какое назначение справочно-правовых систем Консультант-Плюс, Гарант, ЮСИС?

Ситуационный практикум № 1 на тему: «Правовая и нормативная база информационного обеспечения товарной информации»

Обучающимся предлагается самостоятельно изучить содержание основных положений нормативно-правовых документов в сфере регулирования правоотношений в области товарной информации:

1. Федеральный Закон РФ от 23.09.1992 № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»;
2. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
3. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»
4. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности»

Задание 1. Выявить основные требования к содержанию товарной информации в Федеральный Закон РФ от 23.09.1992 № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» и Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей». Выявить различия. Результаты оформить в виде.

Задание 2. Провести сравнительный анализ требований к содержанию информации о продовольственных и непродовольственных товарах.

Сделать вывод о сходстве и различиях. Результаты оформить в виде таблицы.

Вопросы:

1. В каких законах РФ определены права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах?
2. Какая предусматривается ответственность за ненадлежащую информацию?
3. В каких нормативных документах регламентируются требования к товарной информации? Какие нормы и правила они содержат.
4. Какие документы входят в состав Федерального информационного фонда технических регламентов и стандартов?
5. Какие документы в соответствии с Федеральным законом «О техническом регулировании» относятся к нормативным документам (НД)?
6. Какую роль в информационном обеспечении товароведения и экспертизы товаров играют технические документы?
7. Дайте определение понятия информационных ресурсов, их назначение и краткая характеристика видов.

Типовые задания к теме 2. Товаросопроводительные документы как средство товарной информации

Вопросы для обсуждения на семинаре № 2 на тему: «Товаросопроводительные документы»

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы, связанные с оформлением и использованием товаросопроводительных документов, которые являются наиболее многочисленными среди использующихся, как в отечественной, так и в международной практике.

Вопросы для дискуссии:

1. Основные товаросопроводительные документы.
2. Основные реквизиты товарной накладной.
3. Товары, для которых обязательным товаросопроводительным документом является ветеринарное свидетельство?
4. Что такое CMR?
5. Информация, содержащаяся в удостоверении качества и безопасности?
6. Особенности оформления товаросопроводительных документов для отдельных видов товаров.
7. В каких случаях в качестве товаросопроводительного документа используют ветеринарный сертификат, ветеринарное свидетельство, ветеринарную справку?

Практикум по решению задач № 1

Задача 1. Оформить бланк документа «Счет-фактура» по условию: база «Седьмой континент» располагающаяся по ул. Пивоварова 59, имеющая расчетный счет № 007151962/04 в РКЦ г. Москва, реализовало магазину «Продукты» по счету № 371 от 10 июня 2019 г. товар на сумму

186320 рублей (сумма НДС-33069; продажная цена составила 224432 рубля). Адрес и реквизиты плательщика: Магазин «Продукты» ул. Перова – 234; его расчетный счет: 0074386464, банк открытого счета: РОСКОМБАНК. Оплата по счету производится за следующий товар: пальто д/с женское – 1 штука по цене 3674 рубля 40 копеек; костюм женский – 3 штуки по цене 1224 рубля 80 копеек за 1 штуку; платье женское - 4 штуки по цене 918 рублей 60 копеек за 1 штуку; халат – 5 штук по цене 734 рубля 88 копеек за 1 штуку; юбка женская – 4 штуки по цене 918 рублей 60 копеек за 1 штуку.

Задача 2. Оформить бланки «Доверенность», «Накладная», «Счет-фактура», по следующему условию: мебельная база «Уют» реализует магазину «Квартирный вопрос» следующие товары:

1. Диваны «Наташа» - 5 шт. по цене 9999-99 руб. за 1 шт.
2. Кресла кровати «Весна» - 10 шт. по цене 7500-50 руб. за 1 шт.
3. Столы компьютерные «Ольха» - 6 шт. по цене 8000-66 руб. за 1 шт.
4. Стулья винтовые – 6 шт. по цене 750-50 руб. за 1 шт.
5. Стулья кухонные – 3 шт. по цене 570-50 руб. за 1 шт.

Товар отпущен через экспедитора Муравьева В.И. (Владимира Ивановича), по доверенности № 20, выданной 15 мая 2019 г, на основании договора о поставке мебельных товаров, и приплаченному счету № 34, дата оплаты счета 10 мая 2013 года, номер «Накладной» - 010, выдана 16 мая 2013 года. Оплата счета произведена в «Росдонбанке». Доверенность на получение выше указанного товара выдана на имя Муравьева В.И. на основании паспорта серия 9900, № 12345, выданного ОГУВД г. Самара от 16 сентября 1996 года.

Типовые задания к теме 3. Маркировка потребительских товаров

Вопросы для обсуждения на семинаре № 3 на тему: «Обязательная маркировка товаров (Федеральный Закон № 487-ФЗ от 31.12.2017)»

В России вводится обязательная маркировка товаров. С 2019 года она действует для производителей, импортеров, розницы. В 2020 году в систему входят сигареты, обувь, одежда, белье, шины и множество других групп.

Распоряжение правительства РФ №792-р определило, какие товары подлежат обязательной маркировке в 2020 году. В список входят сигареты, обувь, парфюмерия, шины, некоторые виды одежды и белья, фотооборудование.

К 2024 году обязательная маркировка товаров распространится на всю потребительскую продукцию, а система прослеживания станет единой для России и ЕАЭС.

Уже в 2020 обязательная маркировка действует для ряда товаров. Подключение к системе необходимо. Работать в обход уже не получится — нарушителей ждут штрафы. Все эти условия и стандарты вводят несколько нормативных документов.

Система маркировки товаров средствами идентификации с 2019 года опирается на Федеральный закон РФ от 31.12.2017 № 487-ФЗ. Он вносит изменения в более ранние законы о торговле и кассах. Федеральный закон запрещает продавать и вводить в оборот товары, которые не отвечают требованию о маркировке. Он предусматривает и ответственность за нарушения. Этот основополагающий закон об обязательной маркировке товаров вступил в силу 1 января 2019 года.

Вопросы для дискуссии:

1. Обязаны ли производители маркировать свои товары, как это делать и что придется менять в работе?
2. Что нужно маркировать с 1 декабря 2019?
3. В какие сроки нужно маркировать обувь в 2020 году? Действительно ли срок маркировки обуви перенесли на более поздний?
4. Кто будет проверять продажу маркированной продукции в магазинах?
5. Если товар закупался в Европе, как его маркировать?
6. Электронные сигареты необходимо маркировать?
7. Попадают ли под маркировку кожаные сумки?
8. Нужна ли маркировка при продаже обуви на экспорт (за границу)?
9. Какая ответственность предусмотрена за нарушения правил маркировки товаров?
10. С какого периода будут штрафные санкции применяться?

Ситуационный практикум № 2 на тему: «Обязательная маркировка потребительских товаров»

Задача 1. Маркированные сигареты поступили в розничный магазин до 1 июля 2019. Приемка товара была без сканирования кода маркировки (т.к. до 1 июля). Надо ли как-то дополнительно вводить в оборот после 1 июля?

Задача 2. Гражданин N открываю ИП. Супруга закрывает ИП в связи с выходом на пенсию. Опишите процедуру передачи маркированной продукции новому собственнику.

Задача 3. В пошивочном цехе ателье шьют одноразовые тапочки для гостиничного комплекса: получают от них материалы и оказывают услугу по пошиву. Является ли ателье участником оборота обуви? Является ли гостиница реализатором этих тапочек?

Задача 4. ИП производит трикотажные изделия (футболки, толстовки и т.д.) полном циклом (пошив, печать изображений) под собственной товарной маркой. На каком этапе производитель должен маркировать изделия? На выходе из пошива или после нанесения конкретного изображения? Есть ли опция маркировки всей партии или каждое изделие маркируется отдельно?

Практикум по решению задач (лабораторный практикум) № 2 на тему: «Особенности и специфика маркировки алкогольной продукции»

Всеобщая маркировка товаров началась с алкогольной продукции в 2016 году. Для контроля над объемами производства и оборота алкоголя была разработана единая государственная информационная система — ЕГАИС.

Алкогольная продукция маркируется специальными марками. Импортируемый алкоголь маркируют акцизной маркой, а произведенный в России – федеральной маркой. Акцизная и федеральная марка содержат двухмерный код, в котором зашифрована информация о продукте: название и вид алкогольного напитка, содержание этилового спирта, состав, дата производства и срок годности, данные о производителе. В ЕГАИС фиксируется не только информация о самом товаре, но и о его перемещениях от производителя до потребителя.

С помощью маркировки алкоголя ведется помарочный учет продукции и государство знает, где находится каждая бутылка. При продаже кассир сканирует марку и через специальную программу – универсальный транспортный модуль, информация о выбытии товара из оборота попадает в базу данных ЕГАИС и Росалкогольрегулирование.

За нарушение закона о маркировке: производство, перевозку, хранение и продажу немаркированной алкогольной продукции или оборот алкоголя с нарушенной маркировкой, предусмотрена административная и уголовная ответственность. При выявлении нарушения всю контрафактную продукцию конфискуют. Если из-за отсутствия маркировки был нанесен вред потребителю, размер штрафа увеличивается в три раза.

С января 2019 года Росалкольрегулированием был введен запрет на выдачу акцизных марок старого образца. При продаже алкоголя с маркой старого образца, продавец сначала считывал код номера марки – DataMatrix, а потом штрих-код марки – PDF 417. Для новой марки с бутылки считывается только код DataMatrix, который содержит идентификатор ЕГАИС.

В остальном порядок маркировки алкогольной продукции не изменился. Пиво и другие слабоалкогольные напитки – сидр, медовуха, пуаре, пока не подлежат обязательной маркировке. Но к 2024 году по решению правительства маркировка охватит все товарные группы.

Задание. По полученным образцам акцизных марок и федеральных специальных марок провести анализ их содержания, выявить отличия, определить подлинность образцов или выявить их подделку. Результаты оформить в виде таблицы, сделать вывод о соответствии исследуемых образцов акцизных марок и федеральных специальных марок требованиям законодательства в данной сфере.

Типовые задания к теме 4. Требования к информации для потребителей. Информационные знаки

Вопросы для обсуждения на семинаре № 4 на тему: «Права потребителей: правовые азы»

Студенты самостоятельно подробно изучают вопросы прав потребителей, которые объективно являются одними из самых востребованных прав гражданина, которыми он пользуется ежедневно, покупая товары в магазинах, заказывая выполнение работ или оказание услуг. Государство, понимая, что потребитель в правоотношениях с изготовителем, исполнителем, продавцом выступает более слабой стороной, предусмотрело достаточно серьезный арсенал законодательных норм, обеспечивающих права и законные интересы потребителей. Эти нормы в большинстве своем закреплены в Гражданском кодексе и Законе РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-I «О защите прав потребителей».

Однако даже при развитой системе норм, устанавливающих действенные механизмы реализации и защиты прав потребителей, не многие знают необходимые правовые азы, обеспечивающие эффективную реализацию этих прав и гарантии их защиты.

Вопросы для обсуждения:

1. Кто является потребителем?
2. Могут ли юридические лица и ИП быть потребителями?
3. Можно ли включать в договор условия, ущемляющие права потребителя?
4. Какие основные права имеют потребители?
5. В чем заключается право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)?
6. В какой срок товар считается безопасным, если на него не установлен срок службы?
7. В чем заключается право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце)?
8. Какую информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) может получить покупатель?
9. Может ли покупатель запросить информацию об изготовителе (продавце) при покупке товаров на ярмарке?
10. Какую информацию о товарах (работах, услугах) можно получить от изготовителя (исполнителя, продавца)?
11. Где ознакомиться с информацией о товарах (работах, услугах)?
12. Может ли покупатель договориться с продавцом о передаче товара, соответствующего повышенным требованиям?
13. Относится ли качество товара к числу существенных условий договора купли-продажи?
14. Кто несет риск случайной гибели или повреждения товара?
15. Может ли покупатель отказаться от исполнения договора купли-продажи, если продавец отказывается передать ему проданный товар?
16. Должен ли потребитель оплачивать дополнительные платные услуги, на которые он не давал согласия?
17. Может ли потребитель предъявить требования продавцу, если отсутствует товарный чек?
18. Отличаются ли права потребителей при приобретении товаров на распродажах?

19. Кто осуществляет защиту прав потребителей?
20. Где проконсультироваться?

Ситуационный практикум № 3 на тему: «Информационные знаки, используемые в маркировке потребительских товаров»

На упаковке каждого товара имеется информация. Она включает в себя подробное описание изделия, включая вес и состав, а также несколько символов. Они указывают на правила хранения и транспортировки продукции, от соблюдения которых зависит сохранение качества товара. Следует знать, что означают знаки на упаковке товара и расшифровка популярных маркировок.

Маркировка может включать три элемента: текст, рисунок и условные обозначения или информационные знаки (ИЗ). Эти составные элементы различаются соотношением и степенью доступности товарной информации, широтой распространения и разными функциями. В нее входит штрих-код, пиктограммы, изображения и иные символы. Маркировка позволяет получить исчерпывающие сведения о доступных способах транспортировки и использовании продукции. Также специальные знаки необходимы для считывания информации электронными приборами.

Информационные знаки (ИЗ) – условные обозначения, предназначенные для идентификации отдельных или совокупных характеристик товара. Информационные знаки характерны в основном для производственной маркировки. Иногда информация ИЗ бывает доступна только профессионалам и требует специальной расшифровки

Информационным знакам свойственны краткость, выразительность, наглядность и быстрая узнаваемость.

Краткость обусловлена тем, что в качестве информационных знаков могут выступать отдельные слова, буквы, цифры, рисунки и другие символы.

Выразительность и наглядность информационных знаков обусловливаются их формой, цветом, сочетанием отдельных символов, соответствующим определенным эстетическим требованиям потребителей.

Быстрая узнаваемость информационных знаков достигается путем применения общепринятых символов, изображения которых зачастую расшифровываются без специальных знаний. Этим отличаются международные символы, изображаемые на этикетках и упаковках текстильных изделий.



Рисунок 1. Классификация информационных знаков

Задание 1. Обучающимся предлагается самостоятельно изучить классификацию информационных знаков, характеристику каждой группы, расшифровку товарных и манипуляционных символов, знаков соответствия, эксплуатационной и экологической символики.

По полученным образцам потребительских товаров провести анализ и полную расшифровку информационных знаков. Перенести изображение информационного знака в тетрадь, дать его обозначение, разъяснить на каких товарах он используется и что означает.

Штриховой код, или штрих-код – это машиночитаемый символ, содержащий закодированную информацию о характеристиках произведенной продукции и позволяющий осуществлять ее автоматизированную идентификацию.

Внешне штрих-код представляет собой комбинацию темных полосок (штрихов) и разделяющих их светлых полосок различной толщины.

Каждая единица товара идентифицируется с помощью штрихового и цифрового кода.

Штриховой код EAN (European Article Numbering) разработан международной ассоциацией EAN (Брюссель). Это 13-разрядный или 8-разрядный цифровой код, представляющий собой сочетание штрихов и пробелов разной ширины.

Ассоциация EAN выдает цифровой код каждой стране централизованно, причем ряд стран имеют диапазон кодов, некоторым предоставлена возможность дополнить 2-х разрядный код третьим разрядом.

В частности, код 46 был присвоен СССР, а в настоящее время он детализирован в третьем разряде: 460-469 – страны СНГ. Цифровой код – это единственная информация штрихового кода, которую можно проверить визуально.

Правительством РФ принята государственная программа внедрения штрихового кодирования в торговле, на транспорте, в медицине и других сферах. В соответствии с Европейской системой кодирования EAN в

России с 1997 г. каждое ЛС получает свой, однозначно идентифицирующий его номер, состоящий из 13 цифр – так называемый уникальный числовой номер ЛС.

Штриховой код идентифицирует товар, потому что никакой другой товар на международном рынке не может иметь точно такой же код.

Штриховой код считывается сканером (контрольное число предназначено для проверки правильности считывания кода).

Для товаров небольших размеров существует структура кода EAN-8, являющаяся укороченной модификацией EAN-13. Этот код состоит из кода страны, кода изготовителя и контрольного числа.

Штриховое кодирование способствует повышению конкурентоспособности товара, увеличивает спрос на него, так как потребитель уверен в том, что это не фальсификат. В ряде стран без штрихового кода продукция не принимается к реализации. Он повышает престиж товара, играет роль рекламы, улучшает культуру обслуживания. Кроме того, штриховой код способствует организации эффективного контроля за товародвижением, начиная с предприятия-изготовителя п до склада магазина. Он применяется также для учета и контроля товаров в пределах предприятия.

Штриховое кодирование является важнейшей частью маркировки товара. С внедрением электронно-вычислительной техники возросла необходимость внедрения кодирования товаров. С помощью кодов легче систематизировать, найти и распознать любой товар среди множества других.

Штриховой код (ШК) представляет собой системную последовательность светлых и темных вертикальных полос различной толщины и цифровых обозначений.

Наличие штрихового кода является обязательным условием экспорта товаров. В 1977 г. была создана Европейская система кодирования EAN (Европейская ассоциация товарной нумерации).

Штриховой код стал применяться в Италии, Германии, Франции, Англии. В России штриховым кодированием занимается ЮНИСКАН — Внешнеэкономическая ассоциация автоматической идентификации. Чтобы стать членом-пользователем Международной ассоциации EAN и получить штриховой код на свою продукцию, предприятию необходимо зарегистрироваться в ЮНИСКАНе. Цены на товары без штрихового кода снижаются от 3 до 15%. Отсутствие штрихового кода является одной из причин снижения конкурентоспособности товаров.

Штриховой код товаров облегчает управление процессом товародвижения, автоматизирует учет и контроль товарных запасов, сокращает издержки на делопроизводство (проведение торговых сделок «без бумаг»), быстро производится идентификация товара и изготовителя, дает идентификацию для маркетинговых исследований.

Существуют различные виды кодов. Наиболее распространены EAN (европейские) и ИРС (американские).

Коды EAN подразделяют на три типа: EAN-8, EAN-13, EAN-14.

Код типа EAN-8 используется для маркировки малогабаритных товаров, в нем информация сокращена, он отличается малыми размерами.

EAN-13 наносится, если позволяет площадь, на любые товары и упаковки.

EAN-14 используется для транспортной тары, код имеет крупные размеры. Так как код EAN-14 не считывается сканером, на упаковке самого товара применяется код EAN-13.

Задание 2. Обучающимся необходимо самостоятельно изучить структуру штрих-кодов по полученным образцам, дать полную расшифровку цифровой информации кодов. С целью исключения информационной фальсификации произвести расчет контрольного разряда исследуемых образцов штрих-кодов, по результатам расчета сделать вывод.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Товарная информация» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет с оценкой представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **«Зачтено»** **– 90-100 (отлично**) – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 -89 (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **- 50-69 (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. **«Не зачтено»** **- менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Товарная информация, понятие и функции.
2. Характеристика видов и форм товарной информации.
3. Требования, предъявляемые к товарной информации, признаки недостоверной информации.
4. Виды товарной информации: основополагающая, коммерческая и потребительская информация. Формы информации: словесная, изобразительная и символическая.
5. Законодательство в сфере права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах.
6. Понятие информационных ресурсов, их назначение и краткая характеристика видов.
7. Федеральный информационный фонд технических регламентов и стандартов: характеристика документов, входящих в его состав.
8. Документы, нормирующие требования к маркировке товаров.
9. Группы нормативных и технических документов.
10. Виды и разновидности товарно-сопроводительных документов
11. Правила оформления эксплуатационных документов при реализации технически сложных товаров.
12. Функции и структура маркировки.
13. Виды маркировки и требования, предъявляемые к ним.
14. Назначение носители производственной маркировки, требования, предъявляемые к ним.
15. Торговая маркировка, ее основные носители, структура, требования, предъявляемые к содержанию торговой маркировки.
16. Понятие «экологической маркировки», классификация и укажите назначение.
17. Особенности маркировки продовольственных товаров.
18. Особенности маркировки непродовольственных товаров.
19. Информационные знаки, классификация, функции.
20. Знаки соответствия, виды, классификация, назначение.
21. Экологические знаки и из назначение.
22. Общие требования, предъявляемые к информационным знакам.
23. Средства автоматической идентификации товара.
24. Виды, структура и содержание штрихового кода.
25. Правила этикетирования пищевых продуктов

Задания 2-го типа

1. Охарактеризуйте права потребителей на информацию, как осуществляется защита прав потребителей.
2. Объясните, что понимают под достоверностью, доступностью, достаточностью товарной информации.

3. Раскройте назначение справочно-правовых систем Консультант-Плюс, Гарант, ЮСИС?

4. В каких нормативных документах регламентируются требования к товарной информации? Какие нормы и правила они содержат.

5. Какую информацию изготовитель обязан предоставить потребителю? Ответ обоснуйте.

6. Какую информацию должны предоставить потребителю на предприятии розничной торговли? Ответ обоснуйте.

7. Охарактеризуйте содержание законодательных актов, составляющих правовую основу информационного обеспечения потребителей.

8. Раскройте роль технических документов в информационном обеспечении товароведения и экспертизы товаров.

9. Опишите основные обязательные товарно-сопроводительные документы при поставке продовольственных и непродовольственных товаров

10. Дайте оценку сведений о товаре, содержащихся товарно-транспортной накладной?

11. Чем отличается руководство по эксплуатации от паспорта изделия? Что между ними общего?

12. Охарактеризуйте международные требования по классификации и маркировке опасных веществ и материалов.

13. Проанализируйте нормативные документы, в которых регламентируются требования к производственной и торговой маркировке? В чем их сущность?

14. Раскройте понятие «акцизная маркировка»? Для каких товаров она применяется? В чем отличие акцизных марок от специальных? Виды акцизных марок.

15. Проанализируйте требования, которые предъявляются к маркировке импортных товаров.

16. Проанализируйте систему обеспечения правовой охраны товарных знаков, знаков обслуживания и наименований мест происхождения товаров.

17. Опишите назначение национальных и региональных знаков соответствия. на что указывают эти знаки?

18. Каково назначение манипуляционных знаков, наносимых на упаковку товаров?

19. Опишите компонентные знаки, наносимые на товары. Что они означают?

20. Опишите 10 групп знаков информационных знаков. По какому признаку делятся?

21. Охарактеризуйте функции идентификационного номера? На какие товары он наносится?

22. Дайте описание размерных знаков, наносимых на товар или его упаковку, раскройте их назначение.

23. Опишите систему автоматической идентификации товара? Какие

средства в ней используются?

24. Опишите особенности технологии товародвижения с использованием штрихового кодирования (на примере конкретного торгового предприятия итовара)

25. Раскройте сущность и значение электронной маркировки.

Задания 3-го типа

Задание № 1. На упаковке какого-либо товара найдите товарный знак и охарактеризуйте его по всем существующим классификационным признакам.

Задание № 2. С помощью так называемой контрольной цифры (контрольного разряда) на штрих-коде определенного товара можно определить, законно или нет его производство, т.к. штрих-код позволяет распознавать информационную фальсификацию, которая обычно сопровождает другие виды подделок. Рассчитать правильность нанесения на товар 13-значного штрихового кода.

Задание № 3. По представленным фотографиям расшифруйте обозначения, нанесенные на крышку банки консервов, используя для этих целей реестры ассортиментах знаков и перечни предприятиях-изготовителей.

Задание № 4. В пошивочном цехе ателье шьют одноразовые тапочки для гостиничного комплекса: получают от них материалы и оказывают услугу по пошиву. Является ли ателье участником оборота обуви? Является ли гостиница реализатором этих тапочек? Ответ обоснуйте.

Задание № 5. В адрес ООО «Продукты» с городского склада поступила партия сырокопченых колбас. Доставка осуществлялась автомобильным транспортом. Какой ветеринарно-сопроводительный документ входит в комплект ТСД, сопровождающих поставку груза.

Задание № 6. Используя информацию, содержащуюся в нормативно-технических документах (технические регламенты и национальные стандарты), обозначьте требования к конкретному наименованию пищевой продукции.

Задание № 7. Используя информацию, содержащуюся в нормативно-технических документах (технических регламентах и национальных стандартах), обозначьте требования к конкретному наименованию непродовольственного товара.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Организация, технология и проектирование торговых предприятий»

Направление подготовки: ***38.03.08 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине……..……..3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы……..…5
III. Тематический план…….....7
IV. Содержание дисциплины……...…8
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины …….....10
VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины……...20
VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине……...……..…24

АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Организация, технология и проектирование» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

В рамках данного курса «Организация, технология и проектирование торговых предприятий» дается характеристика торговых предприятий (оптовых и розничных), торгово-технологического процесса, рассматриваются технологические планировки помещений, материально-техническая база и ресурсы предприятия торговли, изучаются строительные нормы и правила и техническая документация, необходимая для профессиональной деятельности в сфере торговли и ее оформление.

Изучение дисциплины «Организация, технология и проектирование торговых предприятий » ориентировано на получение обучающимися знаний в области организации ,технологии и проектировании предприятий торговли приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности. Изучение дисциплины «Организация , технология и проектирование торговых предприятий» позволит не только получить представление о торговом бизнесе, перспективах его развития, но и практические навыки, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в области построения и ведения бизнеса.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока Б1.В.08.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи дисциплины:

- овладение теоретическими знаниями в области организации, технологии и проектирования предприятий торговли;
- изучение основ технологии и проектирования торговых предприятий, их классификацию на основе внедрения новых технологических решений при управлении процессами торгового предприятия;
- изучение этапов организации и проектирования торговых предприятий с применением технической документации в целях обеспечения торгово-технологического процесса;
- умение моделировать торгово-технологические процессы и внедрять их в практику работы торговых предприятий;

- формирование у студентов знаний и практических навыков по организации торгово-технологических процессов, организации закупок и продажи;
- развитие самостоятельности мышления и формирование творческого подхода при осуществлении организации и проектирования предприятий торговли ;
- приобретение умений применять полученные знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	**ПК - 2**	**ПК – 2.1** Использует новые технологические решения при организации и управлении процессами и операциями в розничных торговых предприятиях	знает основы технологии и проектирования торговых предприятий, их классификацию; новые технологические решения при управлении процессами торгового предприятия	умеет моделировать торгово-технологические процессы и внедрять их в практику работы торговых предприятий	имеет практический опыт оформления технической документации в целях организации и управления торгово-технологическими процессами на предприятиях оптовой и розничной торговли	Контактная работа: Лекции Семинары Ситуационные практикумы Практикумы по решению задач Самостоятельная работа
		ПК – 2.2 Анализирует и оценивает возможность применения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	знает этапы организации и проектирования торговых предприятий с применением технической документации в целях обеспечения торгово-технологической процесса виды торговых зданий и технологических планировок торгового зала	умеет выявлять факторы, влияющие на организацию и размещение торговых предприятий разных форматов	имеет практический опыт применения новых технологических решений при определении размера торговых площадей и выборе торгового оборудования в соответствии с форматом торгового предприятия	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Торговые предприятия: организация, классификация, материально-техническая база.	8	4	4	4						16	Семинар/5 Ситуационный практикум/10 Практикум по решению задач/10 Тест №1/10
Тема 2. Технологические планировки предприятий торговли	7	4	4	8						18	Семинар/5 Ситуационный практикум/10 Практикум по решению задач/10 Тест №2/10
Тема 3. Основы проектирования торговых предприятий	4	4	2	4						17	Семинар/5 Ситуационный практикум/5 Практикум по решению задач / 10 Реферат/10
Всего:	**19**	**12**	**10**	**16**						**51**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Торговые предприятия: классификация, размещение материально-техническая база.

Основные направления развития розничной торговой сети в условиях рыночных отношений. Предмет и задачи курса. Место дисциплины в учебном процессе и требования к знаниям и умениям обучающихся. Связь с другими дисциплинами.

Понятие о торговле, торговых и технологических процессах. Организационно-правовые формы собственности предприятий торговли. Классификация фирм. Торгово- технологические функции магазинов. Специализация торговых предприятий и её значение. Основные направления специализации магазинов. Понятие типизации и её значение. Основные признаки типизации предприятий торговли. Номенклатура типов магазинов. Особенности размещения торговых предприятий в городах и сельской местности.

Оптовые предприятия в условиях рыночной экономики Оптовая торговля: понятие, сущность, особенности, функции. Типы и виды оптовых предприятий, Торгово-посреднические структуры. Оптовые посредники: их виды, необходимость использования в процессе товародвижения. Формы и методы оптовой продажи товаров. Инфраструктура оптовой торговли. Сущность розничной торговли, функции и особенности размещения розничных предприятий. Розничная торговая сеть: понятие, виды, их краткая характеристика. Структура розничной торговой сети Классификация розничных торговых предприятий. Принципы, правила и виды размещения магазинов. Классификация и современные типы (форматы) магазинов Признаки классификации предприятий торговли.

Современные технологии продаж. Моделирование и внедрение торгово-технологических процессов на торговых предприятиях. Факторы, влияющие на размещение торговых предприятий разных форматов. Материально-техническая база и ресурсы предприятия торговли. Оснащение магазина: мебель, инвентарь, торговое измерительное оборудование; контрольно-кассовое оборудование. Основные фонды предприятия. Показатели эффективности использования материально-технической базы торгового предприятия.

Тема 2. Технологическая планировка предприятий торговли.

Классификация зданий магазинов. Архитектурно-строительные, технологические и экономические требования к торговым зданиям и сооружениям. Состав и функциональная взаимосвязь помещений магазинов. Зонирование площадей помещений магазинов. Устройство и планировка торгового зала магазина. Антропометрические и эргономические требования к устройству и планировке торгового зала. Требования к устройству и планировке помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к

продаже. Административно-бытовые помещения, их устройство и размещение. Зоны подъездов и подходов к магазину, их устройство, требования, предъявляемые к ним. Особенности технологической планировки магазинов самообслуживания. Технико-экономические показатели эффективности использования торговой площади.

Тема 3. Основы проектирования торговых предприятий.

Принципы, нормы и методы проектирования предприятий, организация их строительства и капитального ремонта. Проект, проектирование: основные понятия. Виды проектов. Принципы проектирования. Строительные нормы и правила. Стадии и этапы проектирования предприятия. Технико-экономическое обоснование (технико-экономический расчет). Методы проектирования. Строительство и ремонт: понятие, назначение, отличия. Способы строительства. Этапы приемки объекта строительства. Рабочая и приемочная комиссии. Реконструкции и ремонт предприятий торговли.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинар, практикум по решению задач, ситуационный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или

иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов с другими участниками групп.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии на семинаре

Дискуссия – целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии – обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение це-

ли, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения решения задач необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов по решению за-

дач

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Порядок проведения практикума по решению задач

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

Выполнение заданий практикума.

1. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
2. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, цель которого состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и устного изложения собственных мыслей.

Ситуационный практикум должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках курса, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Элементы содержания ситуационного практикума:

1. Выделение основной проблемы;
2. Краткая формулировка собственного взгляда, видения проблемы
3. Анализ различных научных взглядов психологов, социологов, политиков, писателей и др. на данную проблемы;

   Авторский вывод из приведенных суждений (авторская позиция).

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Реферат

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные ре-

зультаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Методические рекомендации для обучающихся по подготовке к тестированию

Тестирование нацелено на получение наиболее объективной и оперативной оценки знаний, умений и навыков обучаемых, т.к. применяемый метод обладает высокой степенью дифференциации испытуемых по уровню достижений.

Тесты – это вопросы или задания, предусматривающие конкретный, краткий, четкий ответ на имеющиеся эталоны ответов. Тестовые задания могут быть следующих типов:

1. Закрытое тестовое задание
2. Открытое тестовое задание
3. Тестовое задание на установление соответствия
4. Тестовое задание на установление правильной последовательности
5. Компетентностное задание

При подготовке к тестированию студенту необходимо:

а) готовясь к тестированию, проработать информационный материал по дисциплине. Проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;

б) четко выяснить все условия тестирования заранее. Студент должен знать, сколько тестов ему будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.;

в) приступая к работе с тестами, внимательно и до конца прочитать вопрос и предлагаемые варианты ответов. Выбрать правильные ответы - их может быть несколько. На отдельном листке ответов выписать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам;

г) в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволит максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант;

д) если студент встретил чрезвычайно трудный для него вопрос, нет необходимости тратить много времени на него – надо переходить к другим тестам и вернуться к трудному вопросу в конце;

е) обязательно оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 1. *. Торговые предприятия: классификация, материально-техническая база*	Типы и виды оптовых предприятий, Торгово-посреднические структуры. Оптовые посредники: их виды, необходимость использования в процессе товародвижения. . Сущность розничной торговли, функции и особенности размещения розничных предприятий. Структура розничной торговой сети Классификация розничных торговых предприятий. Принципы, правила и виды размещения магазинов. Классификация и современные типы (форматы) магазинов	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару. Подготовка отчета по ситуационному практикуму. Подготовка отчёта по практикуму по решению задач. Подготовка теста.	Семинар. Отчет по практикуму по решению задач. Отчет по ситуационному практикуму Тест.
Тема 2. Технологи планировки предприятий торговли.	Антропометрические и эргономические требования к устройству и планировке торгового зала. Требования к устройству и планировке помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже. Административно-бытовые помещения, их устройство и размещение. Зоны подъездов и подходов к магазину, их устройство , требования, предъявляемые к ним.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к семинару. Подготовка к практикуму по решению задач. Подготовка отчета по ситуационному практикуму. Подготовка теста.	Семинар. Отчет по практикуму по решению задач. Отчет по ситуационному практикуму. Тест.
Тема 3.	. Принципы проектирования. Строительные нормы и правила. Стадии и этапы проектирования предприятия. Строительство и ремонт: понятие, назначение, отличия. Способы строительства. Этапы приемки объекта строи-тельства. Рабочая и приемочная комиссии. Реконструкции и ремонт предприятий торговли.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к семинару. Подготовка отчета по ситуационному практикуму. Подготовка отчета по практикуму по решению задач.	Семинар. Отчет по практикуму по решению задач Отчет по ситуационному практикуму. Реферат.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
		Подготовка реферата.	

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1.Дашков Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – 12-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 456 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495756

Дополнительная литература:

1. Басовский Л.Е., Лунева А.М., Басовский А.Л. Экономика торгового предприятия: Учеб. пособие / Под ред. Л.Е. Басовского. – М.: ИНФРА-М., 2018. – 315 с.
2. Соломатин, А.Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия/А.Н. Соломатин. М.: ИНФРА-М, 2019. – 541с.
3. Чернухина Г.Н. Организация торговли: учебник. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2016.- 192с.
4. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика /монография Д.И. Валигурский, М.Н. Авдокушина, В.А. Алексунин и др. ; под науч. ред. Д.И. Валигурского. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 410 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495737 (дата обращения: 15.04.2020). – ISBN 978-5-394-02946-2. – Текст : электронный.

Нормативно -правовые документы:

1. Федеральный Закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» №381-ФЗ от 28.12.2009г. (в ред. от 25.12.2018г.). http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/
2. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (ред. от 29.03.2016) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167655/
3. ГОСТ Р 51773-2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли» https://www.internet-law.ru/gosts/gost/49222/

4. СП 118.13330.2012 Общественные здания и сооружения. Актуализированная редакция СНиП 31-06-2009 (с Изменениями N 1-4) http://docs.cntd.ru/document/1200092705

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Федеральная служба государственной статистики.	http://www.gks/ru
2.	Мониторинг экономических показателей	http://www.budgetrf.ru
3.	Российская национальная библиотека	http://www.nlr.ru
4.	Электронная библиотека – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
5.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
6.	РосБизнес Консалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)	http://www.rbc.ru
7.	Деловая пресса	http://www.businesspress.ru
8.	Новости и технологии торгового бизнеса.	http://www.torgrus.ru
9.	Официальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ	http://minpromtorg.gov.ru/
10.	Официальный сайт Департамента торговли и услуг г. Москвы	http:www.dtu.mos.ru
11.	Retail.ru	https://www.retail.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), столпреподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-

библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Ситуационный практикум	10-8 баллов – участники мини- группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 7-6 баллов – участники мини- группы, в целом правильно,

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 5-4 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии принимали не слишком активное 3-2 балла - участники мини- группы, не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии не принимали участие

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
2.	Семинар (дискуссия)	«5-4» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; «3-2» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 3-2 выступлений, ответы построены в основном логично и обосновано, но точка зрения не достаточно аргументирована «2-1» – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.
3.	Реферат	10-8 – работа сдана в указанные сроки, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему, логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, раскрыта тема реферата, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению; 7-5– основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы; 4-3 – основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочеты, например: имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, объем реферата выдержан более чем на 50%, имеются упущения в оформлении. 2 - 1 тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, допущены грубейшие ошибки в оформление работы;
4.	Практикум по решению задач	Распределение баллов в зависимости от решения количества и сложности задач – от 1 до 10 баллов. 10 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 9-6– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 5 - 1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки. 0 - практикум не выполнен.

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
5.	Тестовые задания	«10» – верные ответы составляют 100% общего количества; «9» – верные ответы составляют не менее 90% от общего количества; «8» верные ответы составляют не менее 80% от общего количества; «7» верные ответы составляют не менее 70% от общего количества; «6» – не менее 60% правильных ответов «5» - верные ответы составляют более 50% от общего количества; «4» - верные ответы составляют более 40% от общего количества; «3» - верные ответы составляют более 30% от общего количества; «2» - верные ответы составляют более 20% от общего количества; «1» - верные ответы составляют более 10% от общего количества

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания к теме 1. Торговые предприятия Организация , классификация , материально-техническая база.</u>

Вопросы к семинару:

1. Проанализируйте основные направления развития розничной торговой сети в условиях рыночных отношений.
2. Выберите географический сегмент (район, микрорайон, улицу и т.д.), на примере которого будете изучать торговое предприятие. . Опишите его местонахождение (границы, состав улиц, площадь территории). Представьте карту данного географического сегмента (пользуясь Интернет–ресурсом) с дислокацией торговых предприятий.
3. Какими видами торговых предприятий представлена стационарная торговая сеть?
4. Проанализируйте основные направления специализации магазинов.
5. Понятие типизации и её значение , назовите основные признаки типизации предприятий торговли. Номенклатура типов магазинов.
6. Назовите виды и типы оптовой торговли . Оптовые торговые предприятия: их функции, роль и место в процессе товародвижения.
7. Проанализируйте структуру розничной торговой сети.(пользуясь интернет ресурсом)
8. Охарактеризуйте принципы, правила и виды размещения магазинов.

9. Назовите известные Вам современные типы (форматы) магазинов и перечислите признаки классификации предприятий торговли.
10. Проанализируйте материально-техническую базу и ресурсы предприятия торговли(пользуясь интернет ресурсом)

Вопросы к дискуссии:

1. Чем оптовая торговля отличается от розничной?
2. Укажите особенности прямых и дистанционных продаж.
3. Какими видами торговых предприятий представлена стационарная торговая сеть?
4. Назовите особенности государственного регулирования предприятий торговли в РФ.
5. Какие виды внемагазинной торговли вы знаете?
6. Равнозначны ли понятия «торговое предприятие» и «магазин»?
7. Чем молл отличается от торгового центра?
8. Равнозначны ли понятия «дом торговли» и «торговый дом»?
9. Приведите примеры горизонтальных и вертикальных интегрированных структур.
10. Что такое специализация и типизация предприятий торговли ?
11. Чем отличаются универсальные магазины от магазинов со смешанным ассортиментом?
12. Назовите признаки классификации розничных торговых предприятий.
13. Какими видами торговых предприятий представлена мелкорозничная сеть.
14. Чем торговый комплекс отличается от торгового объединения?
15. Что относиться к основным фондам предприятия

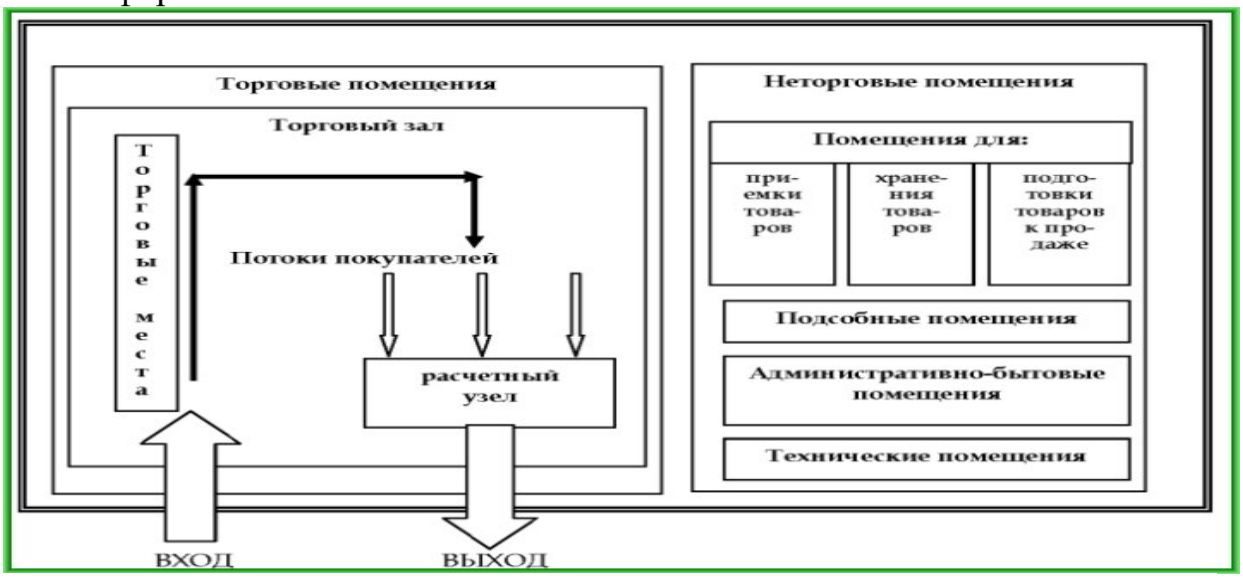
Ситуационный практикум

Задание 1. Решите ситуацию: Вы, как студент 3-го курса очной формы обучения, организуете небольшой бизнес в свободное от учебы время в соответствии с вашими финансовыми и правовыми возможностями. Вы решили вести бизнес легально, узаконить свои отношения с государством и официально зарегистрировать свое предприятие (организацию). Задание: обоснуйте выбор организационно-правовой формы вашего бизнеса. Проведите тщательный экономический и правовой анализ таких возможных альтернатив.

Задание 2. Решите ситуацию: ОАО «Стройка НН» производит сухие строительные смеси в ассортименте для индивидуальных и промышленных потребителей. Предприятие решает расширить границы рынка сбыта своих товаров и реализовывать смеси в регионах, где спрос наиболее активный. Задание А. Изучите потенциальный рынок сбыта сухих строительных смесей. Кто, где и когда в наибольшей степени в них нуждается? Задание Б. Оцените все достоинства и недостатки работы с посредниками (агентами, комиссионерами, дистрибьюторами, брокерами) и создания

собственного (нового предприятия) для ООО «Стройка НН». Результат оформите в таблицу.

Задание № 3. Изучите и проанализируйте этапы перевода магазина в новый формат.



Ориентировочная схема технологичных зон магазина самообслуживания

Предварительно необходимо учесть затраты на инженерные перестройки, новое оборудование, пополнение ассортимента и прочее.

Для этого следует ознакомиться с этапами внедрения магазина самообслуживания и проанализировать возможность их осуществления:

1. Составление план-схемы помещения с обозначением всех технологических зон.
2. Анализ потребности в новом оборудовании, подсчет его стоимости. Планирование способа автоматизации торговли.
3. Прогнозирование обновленного ассортимента по группам товаров и расчет денежных средств, требуемых для заполнения освободившегося торгового пространства.
4. Прогнозирование роста продаж с учетом финансовых возможностей покупателей.
5. Определение потребности в персонале.
6. Планирование способов противодействия воровству.
7. Изготовление дизайн-проекта и схемы расположения конкретных моделей техники.
8. Закупка торгового и кассового оборудования, его установка.
9. Обучение персонала работе в новом формате.
10. Отработка основных процессов, тестирование работы персонала

Задание № 4. Предприятие заключает договора о поставках. Для продукта «А» решено воспользоваться услугами регионального склада-отеля. Продукт «Б» будет доставлен к потребителю транспортной фирмой по договору. Продукт «С» руководство предприятия решило отправлять потре-

бителю непосредственно с предприятия, продукт «Д» по экспорту по рекомендации коммивояжера – через сбытовой филиал за границей. Продукт «Е» будет отправлен в специализированный торговый дом. Определите:

1) Тип сбыта для каждого из продуктов. Выполните иллюстрацию возможных каналов сбыта.

2) Предприятие планирует расширить производство марочных товаров. Какой тип сбыта и возможные каналы сбыта порекомендуете освоить предприятию.

Задание № 5. Выбрать самую оптимальную схему торгово-технологического процесса магазина:

а) разгрузка товаров с автотранспорта →приемка по количеству и качеству →хранение →продажа;

б) разгрузка товаров с автотранспорта →приемка по количеству и качеству →хранение →подготовка к продаже →продажа;

в) разгрузка товаров с автотранспорта →приемка по количеству и качеству →продаж

Практикум по решению задач

Задача. Торговое предприятие «Эдем» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина –5520 кв.м, торговая –3860 кв.м., магазин имеет форму сильно вытянутого прямоугольника, оборудование размещено продольным способом. Список оборудования прилагается (табл.1).

Задания.

1. Дайте характеристику магазина, укажите тип магазина и специализацию.

2. Оцените эффективность планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.

3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.

Таблица 1

Список оборудования в магазине

Вид оборудования	**S_i – площадь единицы оборудования**	**Количество единиц**	**Количество полок в оборудовании**
Стеклянные витрины	1,9 * 1,2	62	4
Столы – прилавки	1,2 * 1,5	29	-
Столы упаковочные	1,2 * 2,8	20	

Горки пристенные	0,8 * 1,8	94	5
Кассовые кабины	0,8 * 1,5	11	-

Задача №2. Рассчитать фондовооруженность работы торгового предприятия по следующим показателям.

Стоимость основных фондов:

Начало года – 279 000 руб.,

Конец года – 277 000 руб.

Численность работников среднегодовая – 15 человек

Задача № 3.

Определить фондовооруженность при среднесписочном количестве работников 244 человека, если стоимость оборудования на участке составила 3 569 000 рублей.

Задача № 4. (расчет показателей использования основных средств)

Выполнить диагностику производственно-хозяйственной деятельности предприятия по данным таблицы. Определить динамику фондоотдачи, фондоемкости и производительности труда на предприятии в 2019-2020 гг.

Исходные данные:

Показатели	Отчет (2019 г.)	Проект (2020 г.)
Произведенная продукция, тыс. ден. ед.	1200	1500
Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. ден. ед.	650	800
Среднесписочная численность работников, чел.	200	185

Тесты по Теме 1.

При ответе на каждый вопрос следует выбрать один или несколько правильных ответов.

1. Торговая сеть — это:

а) территория административного района, города, на которой размещаются торговые предприятия;

б) совокупность торговых предприятий, расположенных в пределах конкретной территории;

в) совокупность торговых предприятий, находящихся под общим управлением;

г) совокупность элементов торгово–технологического процесса.

2. Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами

объектам их определения, данные под буквами А...Г.

1. Павильон — это...

2. Палатка — это...

3. Киоск — это...

4. Ларек — это...

а) Легко возводимая сборно–разборная конструкция, оснащенная прилавком, не имеющая торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанная на одно или несколько рабочих мест продавца, на площади которых размещен товарный запас на один день торговли.

б) Оснащенное торговым оборудованием строение, не имеющее торгового зала и помещений для хранения товаров, рассчитанное на одно рабочее место продавца, на площади которого хранится товарный запас.

в) Оборудованное строение, имеющее торговый зал и помещения для хранения товарного запаса, рассчитанное на одно или несколько рабочих мест.

г) Устаревшее понятие.

3. Укажите правильный перечень типов торговых предприятий: стационарная, нестационарная, посылочная торговая сеть;

а) гипермаркет, супермаркет, гастроном;

б) отдельно стоящие, встроенные, встроенно–пристроенные;

в) универсальные, специализированные, неспециализированные.

4. Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами объектам их определения, данные под буквами А...Г.

1. Специализированные торговые предприятия — ...

2. Неспециализированные торговые предприятия со смешанным ассортиментом — ...

3. Неспециализированные торговые предприятия с комплексным ассортиментом — ...

4. Универсальные торговые предприятия — ...

а) комиссионный магазин, минимаркет «Продукты»;

б) «Для лыжного спорта», «Детское питание»;

в) «Рыба», «Мясо», «Ткани»;

г) магазин–склад, гастроном.

д) гипермаркет, супермаркет

5. Универсамы в зависимости от ассортимента реализуемых товаров относят к …магазинам:

а) универсальным;

б) специализированным;

в) смешанным.

г) комплексным

6. К стационарной сети относят:

а) магазины

б) авто–магазины
в) павильоны
г) киоски
д) палатки

7. Укажите признаки, характеризующие типы торговых предприятий:

а) общая площадь магазина, торговая площадь, предоставляемый сервис.
б) общая площадь, ассортимент товаров, дополнительные услуги.
в) торговая площадь, ассортимент товаров, формы продажи товаров.
г) торговая площадь, ассортимент, методы продажи товаров.

8. Дайте характеристику фирменному магазину:
а) реализует популярные бренды разных иностранных изготовителей;
б) реализует популярные бренды нескольких изготовителей;
в) реализует бренд одного отечественного изготовителя;
г) реализует бренд одного иностранного изготовителя.

9. Укажите возможные отличия торгового дома от дома торговли:

а) это одно и то же;
б) торговый дом занимается только розничной торговлей;
в) дом торговли занимается торговлей, производством и внешнеэкономической деятельностью;
г) торговый дом занимается торговлей, производством и внешнеэкономической деятельностью.

10. Укажите отличительный признак молла:
а) большой торговый центр, соединенный галереями
б) большой торговый комплекс, соединенный галереями.
в) крупный универсальный магазин.
г) большое торговое объединение.

Типовые задания по теме 2. Технологическая планировка предприятий торговли.

Вопросы к семинару:

1. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже
2. Перечислите архитектурно-строительные, технологические и экономические требования к торговым зданиям и сооружениям .
3. Назовите состав помещений магазинов, их планировку.
4. Характеристика и способы расстановки оборудования в торговом зале

5. Охарактеризуйте возможные варианты планировки торгового зала магазина
6. Основные требования, предъявляемые к планировке помещений магазина , обеспечивающие их рациональную взаимосвязь.
7. Проанализируйте эффективность использования площади торгового зала. Установочная и демонстрационная (экспозиционная) площади. Коэффициент установочной площади.

Вопросы к дискуссии:

1. Перечислите технологические и общетехнические требования к устройству магазинов.
2. Назовите основные признаки классификации торговых зданий и сооружений. Дайте характеристику отдельных видов зданий и сооружений.
3. Что включает в себя установочная площадь магазина? С помощью какого показателя рассчитывается эффективность использования торговой площади под установку оборудования?
4. На какие группы подразделяются помещения, входящие в состав магазина?
5. Какие требования предъявляются к взаиморасположению помещений магазина?
6. Почему систему «вход-выход» в магазине прямоугольной формы целесообразно размещать с правой, а не с левой фасадной стороны?
7. Что такое «размещение и выкладка товаров»?
8. Из каких зон состоит торговый зал?
9. Раскройте значение термина «правило золотого треугольника».
10. Какие основные группы помещений магазина и какая между ними функциональную связь?
11. Какие требования предъявляются к объемно-планировочных решений дома?
12. Какие есть виды технологических планировок торговых залов магазинов и когда они применяются?

Ситуационный практикум по теме 2. **«Изучение устройства и технологической планировки магазинов»**

В ходе практического занятия студенты должны выполнить следующее:

1. Изучить нормативно-правовую и нормативно-техническую базу, регламентирующую требования к устройству и проектированию магазинов.

2. Ознакомиться с вариантами общих планировок торговых предприятий, расположением основных помещений.

3. Используя ситуационные задачи, на практических примерах за-

крепить теоретические знания в области рационального построения розничных магазинов (планировка, устройство, расчет торговой и неторговой площади, размещение товаров в торговом зале и др.).

Задача № 1

Торговое предприятие «Марс» осуществляет розничную продажу продовольственных товаров. Общая площадь магазина –370 кв.м, торговая –250 кв.м., магазин имеет форму квадрата, оборудование размещено поперечным способом. Список оборудования прилагается (табл.12).

Задание:

1. Дайте характеристику магазина, укажите формат магазина и его специализацию.

2. Определите коэффициенты эффективности планировки магазина и торгового зала. Сделайте заключение об эффективности использования площадей данного предприятия.

3. Составьте план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования.

Таблица 1

Список оборудования в магазине

Вид оборудования	**S_i – площадь единицы оборудования**	**Количество единиц**	**Количество полок в оборудовании**
Стеклянные витрины	0,9 * 1,2	25	3
Столы– прилавки	1,2 * 0,5	20	-
Горки пристенные	1,7 * 0,7	49	4
Кассовые кабины	0,8 * 1,5	5	
Столы упаковочные	1,8*0,5	5	-

Задача № 2. Изучите виды планировки внутри торговых помещений. Установите соответствие вида и характеристики. При каких методах продажи рациональны представленные виды планировок?

1.Линейная планировка торгового зала	А.Этот способ расстановки торгового оборудования универсален, поэтому подходит практически для всех видов торговых заведений – от очень больших до самых маленьких. По периметру стен торгового зала ставят высокие стеллажи, а в центре устанавливают невысокое оборудование.
2.Смешанная планировка торгового зала	Б.Чаще всего используется в крупных магазинах самообслуживания и супермаркетах с очень широким торговым залом. При таком способе расстановки комбинируется продольное и поперечное размещение линий прилавков и витрин, линейная и боксовая планировка торгового зала.
3.Планировка торгового зала «Петля».	В.Размещение товаров и проходов для потенциальных покупателей, которые имеют вид параллельных линий.
4.Выставочная планировка.	Г.Распространенный подход расстановки торгового оборудования без определенной системы в соответствии с конкретной формой помещения.
5.Свободная	Д.Крупногабаритные товары размещают на специальном оборудова-

планировка зала	нии по периметру зала, таким образом образуя выставку товаров.

Задача № 3. В настоящее время в России широкое применение получили технологии кросс-докинга. Особое применение данная технология получила в российских розничных сетях.

1. Опишите применяемые сегодня в мире и России технологии кросс-сдокинга.

2. Какими законодательными или нормативными актами реализуются технологии кросс-докинга?

3. Охарактеризуйте результаты применения технологий кросс-докинга.

4. Дайте оценку эффективности технологий кросс-докинга.

5. Сформулируйте видение эффективности применения данной технологии в российских розничных сетях.

Задача № 4. Оптовая компания занимается реализацией продовольственных товаров (не требующих специальных складских помещений). Возрастающий грузооборот вызвал необходимость в увеличении складских площадей. Для аренды было рассмотрено несколько вариантов:

- многоэтажный склад – складская емкость второго этажа (полностью), ангар полукруглый;
- одноэтажный склад высотой 6 м – часть складской емкости;
- отдельно стоящий склад на территории складского хозяйства. Проанализируйте, какой из вариантов и при каких условиях является наиболее предпочтительным? Ответ обоснуйте.

Задача № 5.

1) Составьте схему вспомогательного торгово-технологического процесса для магазина «Товары для дома», торгующего с применением «тары-обрудования».

2) Составьте схему основного торгово-технологического процесса магазина, торгующего индивидуальным методом.

Практикум по решению задач.

Задача № 1. Муниципальный магазин намерен создать на своей базе ООО «Глория». В магазине 30 штатных работников. Уставной капитал 10,0 млн. рублей. На момент регистрации Учредитель передаёт со своего баланса на баланс общества 8млн.500 рублей, который поделён на равные доли. Задание. Ответьте на следующие вопросы и дайте им обоснование: - с какого момента ООО приобретает статус юридического лица? - какие документы необходимо разработать и утвердить для осуществления деятельности ООО «Глория»?

Задача № 2. Хранение товаров на складе осуществляется в хранили-

щах, имеющих общую полезную площадь 1200 м2 . Оценить эффективность использования полезной площади склада, если его общая площадь составляет 2500м2 .

Задача № 3. Компания, занимающаяся реализацией продуктов питания, решила приобрести склад для расширения рынка сбыта. Она предполагает, что годовой грузооборот склада должен составить 16 тыс. т при среднем сроке хранения груза 25 дней. Определить необходимую емкость склада.

Задача № 4. Описать внутренний вид 1 торгового предприятия по следующему плану:

- дать характеристику торговому предприятию (специализация, тип и т.д.), указать его адрес и фирменное наименование;
- составить план-схему торгового зала с указанием расположения системы «вход-выход», кассового узла, способа расстановки оборудования;
- определить ассортимент товаров (группы, подгруппы, виды, разновидности), реализуемых в данном магазине и признаки группировки ассортимента по отделам (секциям, комплексам) магазина;
- определить систему движения покупателей (по часовой стрелке, против часовой стрелки, принудительное, индивидуальное);
- указать существующие ориентиры, указатели об отделах, месте касс.

Задача № 5. Изучите размещение товаров в магазине и выполните схему размещения товаров по аналогии с рис.1.

- Классифицируйте товары по частоте спроса и обоснуйте их месторасположение.
- Покажите «золотой треугольник» и сделайте выводы по правильности (неправильности) месторасположения товаров в «золотом треугольнике».
- Укажите преимущества и недостатки расположения товаров.
- Предложите более рациональную схему размещения товаров, рисунок приложите.

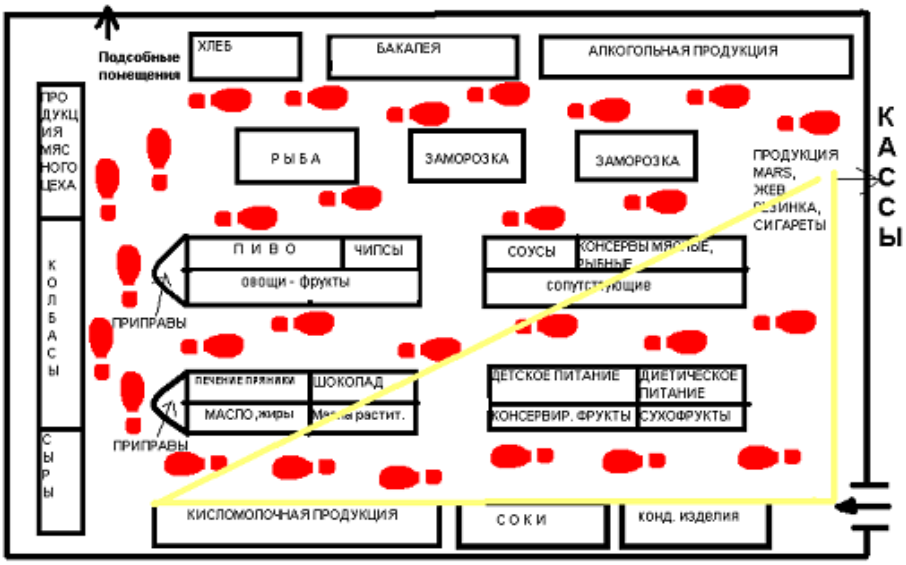


Рис.1- Размещение товаров в магазине

Задача № 7.

Проанализируйте размещение товаров на соответствие требованиям мерчандайзинга. Результаты оформите в таблице 1 .

Таблица 1

Размещение товаров в торговом зале

Требования к размещению товаров	**Фактически в магазине**
Направленность тропы покупателей (по часовой стрелке или против)	
Покупателей «встречают» следующие товары	
Принципы размещения товаров повседневного, периодического и импульсного спроса	
В «золотом треугольнике» размещены товары	
Дублирование продаж (если есть, привести примеры)	
Принципы расположения товаров по ценам	

Задача № 8. Ответьте письменно на вопросы:

- Легко ли вам ориентироваться в торговом зале и найти нужный товар?
- Есть ли у вас желание купить товары, которые вы первоначально не планировали покупать, и почему?
- Какие товары на полках вы сразу увидели и захотели купить (какая это полка: нижняя, на уровне глаз, верхняя и др., сколько товара выложено, обеспечена ли выкладка рекламной продукцией)?

- Комфортно ли вам в магазине и почему?

Примерные тесты по теме 2.

При ответе на каждый вопрос необходимо выбрать один или несколько правильных ответов или продолжений.

1. Поставьте в соответствие помеченным римскими цифрами объектам их определения, данные под буквами А...Г.

1. Продольная решетка — это...
2. Поперечная решетка — это...
3. Боксовая планировка — это...
4. Островная планировка — это...

а) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются параллельно входящему в зал покупательскому потоку;

б) оборудование размещается параллельными рядами вдоль стен, направляющих потоки покупателей; стеллажи с товарами в центре торгового зала располагаются перпендикулярно входящему в зал покупательскому потоку.

в) применяется, как правило, при обслуживании через прилавки; представляет собой размещение товаров и оборудования вокруг рабочих мест продавцов;

г) представляет собой расстановку оборудования в виде обособленных отделов и секций.

2. Укажите, к каким видам площадей относится кафетерий для обслуживания покупателей:

а) к торговым;
б) к административно-бытовым;
в) к подсобным
г) к техническим.

3. Охарактеризуйте ситуацию в магазине «Галантерея», в котором коэффициент установочной площади равен 0,6:

а) площадь торгового зала используется оптимально;
б) проходы для покупателей узкие;
в) ассортимент товаров неглубокий;
г) мало торгового оборудования.

4. При площади торгового зала магазина в 600 м^2 и площади под торговым оборудованием 300 м^2 коэффициент установочной площади торгового зала составит:

а) 0,3;

б) 0,6;
в) 1;
г) 0,5.

5. Охарактеризуйте ситуацию в супермаркете, в котором соотношение торговых и неторговых площадей равно 0,45.
а) соотношение оптимальное;
б) необходимо увеличить торговые площади;
в) необходимо увеличить площади помещений для приема, хранения и подготовки товаров к продаже;
г) необходимо увеличить помещения для хранения.

6. Размещение товаров — это:
а) система их расположения на площади торгового зала;
б) расположение, укладка и показ товаров на торговом оборудовании;
в) количество «фэйсингов» товара, выложенного по горизонтали;
г) система их расположения на площади торгового зала и выкладка на оборудовании.

7. Коэффициент установочной площади торгового зала магазина ($К_у$) определяют по формуле:
а) $К_у = S_у / S_{т.з.}$
б) $К_у = S_{э.} / S_{т.з.}$
в) $К_у = S_э / S_{общ.}$
г) $К_у = S_у / S_{общ.}$
где $S_у$– установочная площадь, м^2
$S_э$ – экспозиционная площадь, м^2
$S_{т.з.}$ – площадь торгового зала, м^2
$S_{общ.}$–общая площадь магазина, м^2

8. Назовите, какой наиболее целесообразный способ расстановки оборудования в магазине типа мини-маркет:
а) свободная планировка;
б) экспозиционная планировка;
в) продольная решетка;
г) смешанная решетка.

9. Определите наиболее рациональное число кассовых аппаратов в супермаркете с торговой площадью 1 тыс. м^2:
а) 3;
б) 5-10;
в) 10-12;
г) 15.

10. Укажите, какие товары целесообразно размещать в «золотом треугольнике»:

а) товары повседневного спроса;
б) товары импульсного спроса;
в) товары, спрос на которые надо активизировать$
г) недорогие товары.

Типовые задания по теме 3. **Основы проектирования торговых предприятий.**

Вопросы к семинару:

1. Изучите принципы, нормы и методы проектирования предприятий, организацию их строительства и капитального ремонта.
2. Проект, проектирование: основные понятия. Виды проектов.
3. Назовите принципы проектирования.
4. Строительные нормы и правила. Стадии и этапы проектирования предприятия. Технико-экономическое обоснование (технико-экономический расчет).
5. Методы проектирования.
6. Строительство и ремонт: понятие, назначение, отличия. Способы строительства. Этапы приемки объекта строительства. Рабочая и приемочная комиссии.
7. Реконструкции и ремонт предприятий торговли.

Вопросы дискуссии:

1. Какова роль организационно-технической подготовки к строительству и реконструкции предприятия.
2. Перечислите способы строительства.
3. Назовите этапы приемки законченного строительства или реконструкции предприятия.
4. Основные принципы и этапы проектирования предприятий торговли. Виды проектов.
5. В чём суть характеристики хозяйственного и подрядного способов строительства.
6. Как осуществляется организация работы рабочей комиссии при приемке в эксплуатацию торгового здания или сооружения?
7. Каков порядок проведения реконструкции.

Ситуационный практикум.

Задание № 1. На основе анализа состояния торговой сети и торгового обслуживания в магазинах, методик оценки экономической и социальной эффективности дать характеристику состояния торговой сети и оценить ее соответствие требованиям, предъявляемым к торговым объектам. Какие нарушения и недостатки Вы отмечаете? Какие факторы повлияли на строительство магазинов, торговых и торгово-развлекательных цен-

тров и других объектов.

Задание № 2. Какие пути дальнейшего развития магазинов и складов Вы видите? Отметьте основные проблемы, с которыми сталкивается предприниматель при строительстве, реконструкции зданий и сооружений? Каковы возможные пути разрешения проблем. Какие изменения, по Вашему мнению, могут произойти в перспективе? Какие типы торговых предприятий

Задание № 3. Оптовая компания занимается реализацией продовольственных товаров (не требующих специальных складских помещений). Возрастающий грузооборот вызвал необходимость в увеличении складских площадей. Для аренды было рассмотрено несколько вариантов:

- многоэтажный склад – складская емкость второго этажа (полностью), ангар полукруглый;
- одноэтажный склад высотой 6 м – часть складской емкости;
- отдельно стоящий склад на территории складского хозяйства. Проанализируйте, какой из вариантов и при каких условиях является наиболее предпочтительным? Ответ обоснуйте.

Задание № 4. В рамках ситуационного задания каждый творческий коллектив выбирает торговый формат из следующего перечня: 1.Супермаркет, 2.Гипермаркет, 3. «Кэш энд керри», 4. Мягкий дискаунтер, 5. Жесткий дискаунтер, 6. Магазин у дома, 7. Продуктовый бутик , 8. Молл.

Основные элементы отчета в форме презентации:

- историческая справка по возникновению данного торгового формата: дата и история возникновения, страна, специфические особенности, включающие размер торговой площади, ориентацию на определенный сегмент потребителей, метод продаж;
- появление торгового формата в России и его отличительные особенности на настоящий момент (специфика ассортимента, месторасположение магазина, общая площадь с разбивкой на торговую площадь и складские помещения, ориентация на сегменты потребителей и т.д.);
- примеры национальных и местных торговых предприятий в данном формате.

<u>Практикум по решению задач.</u>

Задача № 1.

1. Рассчитайте коэффициент освещённости для магазина, имеющего следующие размеры торгового зала: глубина 10 м, длина 15 м.

Площадь остекления витрин 30 м$^{2;}$ площадь остекления входной две-

ри 3,75

2. Сделайте вывод о соответствии полученного результата установленным нормативам.

3. Рассчитайте коэффициент освещенности для проектируемого магазина.

Задача № 2.

1. Рассчитать количество кассовых аппаратов и число рабочих мест контролеров-кассиров для магазина «Минимаркет», используя следующие данные:

Торговая площадь - 90 м^2

Максимальное число посетителей в час, сделавших покупку - 80 человек

Среднее количество товарных единиц, приходящихся на одного покупателя - 3 единицы

Время регистрации стоимости одного товара - 2,5 с.

Подготовка реферата на одну из перечисленных тем:

1. Основные виды проектирования: новое строительство; техническое перевооружение; реконструкция действующего производства.
2. Строительные нормы и правила.
3. Особенности проектирования склада.
4. Особенности проектирования предприятий розничной торговли.
5. Значение отдельных составляющих технологического процесса в организации и проектировании предприятий оптовой торговли.
6. Этапы технологического проектирования: зонирование и планировка магазина; планировка торгового зала и проектирование магазина; спецификация оборудования и экспликация помещений.
7. Значение отдельных составляющих торгово-технологического процесса в организации и проектировании предприятий розничной торговли.
8. Технологическое проектирование предприятий торговли.
9. Организация строительства и капитального ремонта предприятий торговли.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Организация и управление розничными торговыми сетями» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

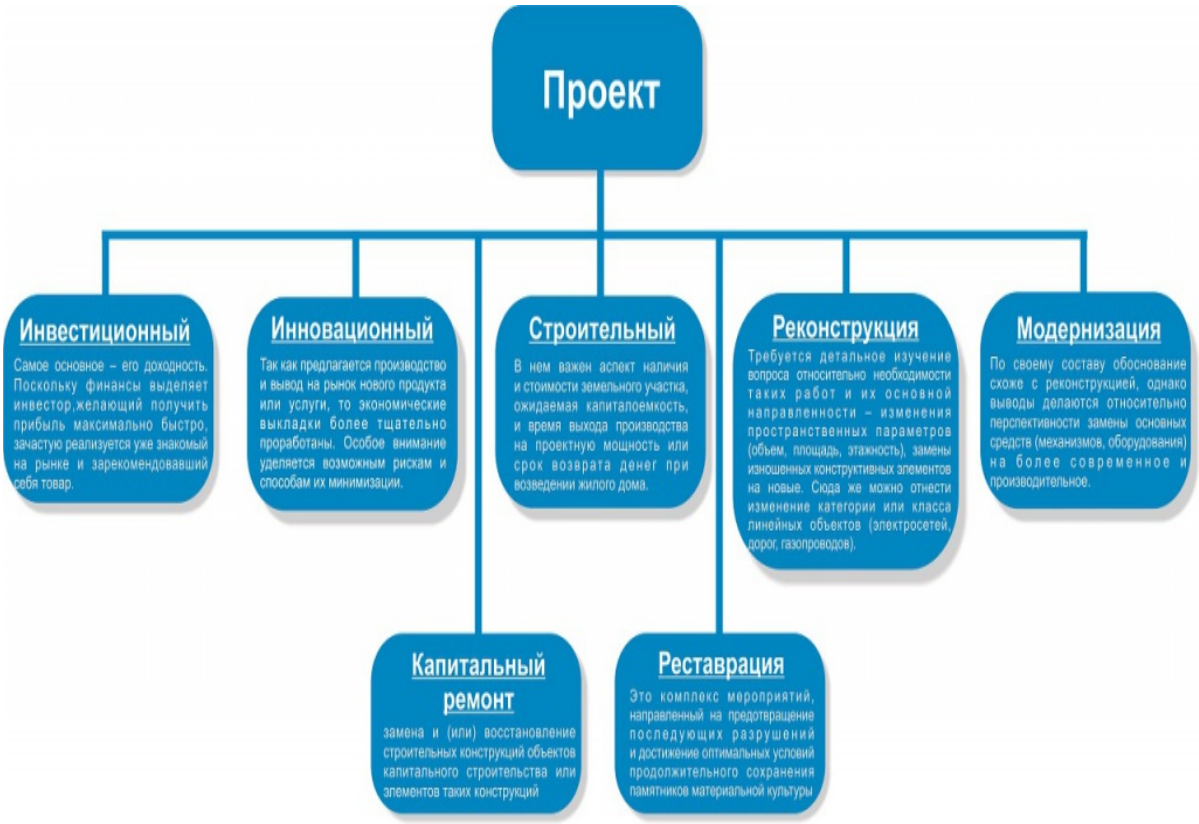
1. Оптовая торговля: понятие, сущность, функции.
2. Розничная торговая сеть: понятие, виды, их краткая характеристика. Факторы, влияющие на размещение торговых предприятий различного формата.
3. Классификация торговых предприятий.
4. Характеристика предприятий оптовой торговли.
5. Факторы, влияющие на размещение торговых предприятий разных форматов. Моделирование торгово-технологических процессов и внедрение их в практику работы торговых предприятий.
6. Применение современных технологий продаж в оптовой и розничной торговле.

7. Классификация предприятий розничной торговли на виды и типы: идентифицирующие признаки вида (характер торговой сети, наличие или отсутствие торгового зала, формы продажи и т.п.) и типа предприятий розничной торговли (ассортимент, торговая площадь, специализация, формы продажи и др.)
8. Документы, регулирующие отношения торгового предприятия с поставщиками.
9. Основные требования к организации снабжения.
10. Материально-техническое обеспечение предприятий.
11. Основные функциональные группы помещений магазина, их расположение, взаимосвязь и соответствие требованиям организации торгово-технологического процесса.
12. Управление торгово-технологическими процессами на предприятиях оптовой и розничной торговли.
13. Типизация и специализация магазинов.
14. Основные требования к организации снабжения.
15. Товароснабжение: понятие, цели и задачи.
16. Документы, регулирующие отношения торгового предприятия с поставщиками.
17. Организация и осуществление закупок и продажи на торговом предприятии.
18. Методы доставки товаров в торговую сеть.
19. Технологические планировки магазинов: торговое помещение магазина; торговый зал; помещение для приема, хранения и подготовки товаров к продаже; подсобное помещение; техническое помещение.
20. Склад: понятие, назначение, функции.
21. Классификация складов по разным классификационным признакам, их характеристика.
22. Устройство и технологическая планировка складов.
23. Виды складских зданий и сооружений: требования к ним, характеристика. Планировка складских помещений, их взаимосвязь.
24. Технологии проектирования торговых предприятий.
25. Техническая документация, необходимая для организации торгово-технологической деятельности.

Задания 2-го типа

1. Перечислите основные требования, предъявляемые к планировке помещений магазина и обеспечивающие их рациональную взаимосвязь.
2. Составьте схему планировочного решения торгового зала магазина самообслуживания при глубине торгового зала 10 м. Объясните выбор планировочного решения.
3. Сделайте вывод об эффективности использования площади торгового зала 150 м2 , если известно, что под оборудование занято 75 м2. Внесите предложения, направленные на повышение эффективности использования площади торгового зала.

4. Перечислите возможные варианты планировки торгового зала магазина. Проанализируйте их достоинства и недостатки.
5. Составьте схему планировочного решения торгового зала магазина самообслуживания при глубине торгового зала 10 м. Объясните выбор планировочного решения.
6. Сделайте вывод об эффективности использования площади торгового зала 150 м2 , если известно, что под оборудование занято 75 м2. Внесите предложения, направленные на повышение эффективности использования площади торгового зала.
7. Составьте эскиз архитектурно-дизайнерского решения экстерьера магазина, находящегося в жилом доме. Предложения должны предусматривать: тип витрин, устройство входной зоны, вид двери, её расположение.
8. Разработайте схему планировочного решения участка проектируемого магазина. При разработке проектных решений схемы генерального участка магазина необходимо выполнить функциональное зонирование территории магазина. Определите местоположение стоянки для парковки машин, хозяйственной зоны, пешеходной зоны и др. площадок, предусмотренных СНиП. Укажите насыщенность зоны отдыха функциональными и декоративными элементами и т.д.
9. Технико-экономическое обоснование (проект) строительства является основным предпроектным документом на строительство объектов. Изучите и охарактеризуйте типы проектов.



10.Составление технико-экономического обоснования производится с отработкой ряда факторов (рисунок). Рассмотрите

подробно каждый фактор и приведите примеры при строительстве здания гипермаркета.



Задания 3-го типа

Задание №1. Определить насколько эффективно осуществляется использование площади торгового зала под размещение торгового оборудования в супермаркете, где установлено 110 горок, площадь основания которых составляет 90 х 50 см. Площадь торгового зала Пз = 150м2. Значение оптимального коэффициента экспозиции, использования площади, принять равным в пределах 0,30-0,32.

Задание №2. Предположим, общая площадь магазина 2000 м2 из них торговая площадь - 1000 м2. Определите, насколько эффективно используется площадь магазина.

Задание №3. Определите коэффициент установочной площади оборудования при условии, что общая торговая площадь магазина — 1000 м2, а оборудование занимает в нем 500 м2. Сделайте вывод.

Задание №4. ООО «Открытие» получило в течение 2019 года чистую прибыль в размере 5600 руб. Стоимость основных средств на начало 2017 года, зафиксированная в учетных документах, соответствовала 15800 руб. В течение этого года по амортизации основных фондов было списано 2300 руб., а также приобретено новое оборудование на сумму 4700 руб. В 2018 году прибыль составила 6200 руб., а основные фонды на начало года составили 18200 руб., а на конец – 19300 руб. Вычислить рентабельность и сравнить ее показатели в динамике.

Задание №5. Сравнить эффективность работы двух предприятий.

Исходные данные:

1) первое предприятие:

чистая прибыль – 240 млн. руб.;

затраты на производство и реализацию продукции – 800 млн. руб.;

2) второе предприятие:

чистая прибыль – 500 млн. руб.;

затраты на производство и реализацию продукции – 2500 млн. руб

Задание №6. Определить показатели фондоотдачи, фондовооруженности. Исчислить абсолютное и относительное отклонение показателей, рассчитать влияние на показатель фондовооруженности изменения среднегодовой стоимости основных фондов и среднегодовой численности.

Показатели	Предыдущий год	Отчётный год
1. Товарооборот, тыс. руб.	62,83	67,15
2. Среднегодовая стоимость ОФ, тыс. руб.	1,62	1,74
3. Среднегодовая численность рабочих, тыс. чел.	0,47	0,45
4. Фондоотдача, руб.		
5. Фондоёмкость, руб.		
6. Фондовооружённость, руб./чел.		
7. Абсолютное отклонение товарооборота отчётного года к предыдущему		
8. Абсолютное отклонение среднегодовой стоимости ОФ отчётного года к предыдущему		
9. Абсолютное отклонение среднегодовой численности рабочих отчётного года к предыдущему		

Задание №7. Определить рентабельность основных средств, если даны следующие показатели:

Сумма чистой прибыли – 569 000 руб.,

Среднегодовая стоимость основных средств – 2 928 000 руб.,

Задание №8. Рассчитать показатель рентабельности основных фондов по данным бухгалтерии за прошлый год:

Сумма чистой прибыли – 250 тыс. руб.,

Стоимость основных средств на начало года – 1 950 тыс. руб.,

На конец года – 2 150 тыс. руб.

Задание №9. Оцените эффективность использования площади торгового зала продовольственного магазина на основании следующих дан-

ных:

- площадь торгового зала – 200 кв. м,
- площадь выкладки товаров – 120 кв. м,
- площадь, занятая под оборудованием, – 50 кв. м.

При необходимости разработайте рекомендации по повышению эффективности использования площади торгового зала магазина.

Задание №10. Определите установочную и демонстрационную площадь горки 16.02 согласно каталогу Т05М «Мебель для предприятий торговли». В каталоге указанный вид мебели – это горка универсальная, высотой 1600 мм, порядковый номер горки – 2. Размеры полок определены по индексам деталей. Индексу 0,86 соответствует полка без ценникодержателя с шириной 400 мм, а индексу 0,87 – полка без ценникодержателя шириной 500 мм. Полок 0,87 – 2 штуки, это нижние полки оборудования, они являются самыми широкими, поэтому с их помощью следует рассчитать установочную площадь оборудования. Для расчета установочной площади также требуется использовать длину оборудования, а также учесть, что для 16 горки это будет площадь всех 8 полок, т.е. весь товар может демонстрироваться на всех полках. Мебель в данном каталоге типизированная и унифицированная, поэтому длина равна 900 мм.

Задание №11. Определить эффективность использования площади торгового зала супермаркета, площадь торгового зала которого составляет 160м2 . В торговом зале установлено 80 горок с площадью основания 90 см х 50 см. Горка имеет 4 яруса. Площадь нижнего яруса составляет 90 см х 50 см , остальные ярусы: 90 см х 40 см.

Задание №12. Рассчитать необходимое количество горок для выкладки непродовольственных товаров на основании следующих данных: площадь торгового зала составляет 300 кв. м; под выкладку товаров предполагается использовать горки, размеры полок которых: 1-я полка – 900 х 600 мм, 2-я полка – 900 х 400 мм, 3-я полка – 900 х 400 мм, 4-я полка – 900 х 400 мм. Прочее оборудование (витрины, прилавки, кассовые кабины) занимает в торговом зале 70 кв. м. Нормативный коэффициент установочной площади равен 0,3.

Задание № 13. Площадь розничной торговой сети составляет 216 м2 : из них 70 м2 занимают торговые помещения, 40 м2 – административно-бытовые, 10 м2 – подсобные помещения и 96 м2 - помещения для приемки и хранения товаров;

- установочная площадь равна 30м2 ;

-площадь выкладки товаров равна 70 м2 ;

- Т (месяц) – товарооборот за месяц (месячный ТО 600 тыс.руб.);

Дм – количество дней в месяце (30);

Др – количество рабочих дней в месяце (24).

Определить степень эффективности использования площади путем расчета технико-экономических показателей таких как : 1) Коэффициент установочной площади. 2) Коэффициента демонстрационный.

Задание № 14. Рассчитать необходимое количество горок для выкладки непродовольственных товаров на основании следующих данных: площадь торгового зала составляет 300 кв. м; под выкладку товаров предполагается использовать горки, размеры полок которых приведены ниже: 1-я полка – 900 х 600 мм, 2-я полка – 900 х 400 мм, 3-я полка – 900 х 400 мм, 4-я полка – 900 х 400 мм. Прочее оборудование (витрины, прилавки, кассовые кабины) занимает в торговом зале 70 кв. м. Нормативный коэф-

фициент установочной площади равен 0,3.

Задание №15. На предприятии в отчетном году объем производства продукции составил 8560 руб. Среднегодовая стоимость основных фондов – 2000 руб. Фондоотдача в базовом году составила 4 руб. Определить изменение фондоотдачи в отчетном году.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Организация и управление розничными торговыми сетями»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине……..3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы……...……5
III. Тематический план……...……7
IV. Содержание дисциплины……..…….....8
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины……10
VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины…11
VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине……...……23

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Организация и управление розничными торговыми сетями» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

Изучение дисциплины «Организация и управление розничными торговыми сетями» ориентировано на получение обучающимися знаний в области управления розничными торговыми сетями приобретение умений использовать эти знания в профессиональной деятельности. Изучение дисциплины «Организация и управление розничными торговыми сетями» позволит не только получить представление о сетевом торговом бизнесе, перспективах ее развития, но и практические навыки, которые позволят принимать эффективные управленческие решения в области построения и ведения бизнеса.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Б1.В.09 обязательную часть Блока 1

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение теоретических понятий курса, целей, задач, принципов организации и управления розничными торговыми сетями, а также приобретение практических навыков по постановке целей, задач торговой деятельности;
- изучить содержание торгово-технологического процесса в предприятиях розничной торговли
- изучить организационно-управленческие аспекты торгово-технологического процесса в розничных торговых сетях
- изучить ресурсы и материально техническую базу торговли, классификацию торгового оборудования современные методы закупок и приемы продаж товаров на потребительском рынке
- развитие самостоятельности мышления и формирование творческого подхода при осуществлении организации и управления розничными торговыми сетями;

- приобретение умений применять полученные знания в условиях, моделирующих профессиональную деятельность.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	**выпускник должен уметь**	**выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	**ПК- 2**	**ПК – 2.1** Использует новые технологические решения при организации и управлении процессами и операциями в розничных торговых предприятиях	знает содержание торгово-технологического процесса в предприятиях розничной торговли	умеет применять передовые технологические решения в процессе управления торгово-технологическими процессам розничной торговой сети	имеет практический опыт оценки эффективности торговой деятельности розничной торговой сети путем расчета технико-экономических показателей и АВС-анализа формирования товарного ассортимента	Контактная работа: Лекции Семинары Ситуационные практикумы Практикумы по решению задач Самостоятельная работа
		ПК – 2.2 Анализирует и оценивает возможность применения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	Знает управленческие аспекты торгово-технологического процесса в розничных торговых сетях	Умеет использовать франчайзинг как современный инструмент управления торгово-технологическими процессами в розничных торговых сетях	Имеет практический опыт оценки результатов управления системой закупок и продаж в розничных торговых сетях	
		ПК -2.3. Предлагает и использует современные спо-	Знает классификацию торгового	Умеет использовать передовые	Имеет практический опыт взаимо-	

		собы управления системой закупок и продаж товаров	оборудования современные методы закупок и приемы продаж товаров на потребительском рынке	технологии продаж на всех этапах товародвижения	действия с контрагентами и покупателями	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)										
	Лекции	**Семинары**	**Практикум по решению задач**	**Ситуационный практикум**	**Мастер-класс**	**Лабораторный практикум**	**Тренинг**	**Дидактическая игра**	**Из них в форме практической подготовки**	**Самостоятельная работа обучающихся**	**ТКУ / балл Форма ПА**
Очная форма											
Тема 1. Структура и типология розничных торговых сетей. Процессы интеграции и взаимодействия участников сетевой торговли.	4	2		2						8	Семинар/5 Ситуационный практикум/5
Тема 2. Принципы размещения розничной торговой сети	2		4	2						8	Практикум по решению задач /10
Тема 3. Механизмы франчайзинга в сфере торговли	2	2	4	2						7	Семинар/5 Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/5
Тема 4. Товарная и ассортиментная политика розничных торговых сетей	3		4							7	Практикум по решению задач/10
Тема 5. Управление торгово-технологическими процессами в розничных торговых сетях. Организация обслуживания конечных потребителей	4	2	4	4						7	Семинар-5 Практикум по решению задач/ 10 Ситуационный практикум/ 5
Тема 6. Управление персоналом в розничных торговых сетях	2	4								7	Семинар/5 Доклад с презентацией/5
Тема 7 Конкурентоспособность розничных торговых сетей	2		4							7	Практикум по решению задач/10 Реферат 10
Всего:	**19**	**10**	**18**	**10**						**51**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Структура и типология розничных торговых сетей. Процессы интеграции и взаимодействия участников сетевой торговли

Предмет и задачи курса. Место дисциплины в учебном процессе и требования к знаниям и умениям обучающихся. Связь с другими дисциплинами.

Понятие розничной торговой сети. Передовые международные розничные торговые сети: история развития и условия успеха. Преимущества и недостатки сетевого принципа организации торгового бизнеса. Современное состояние мировых торговых сетей.

Торговое предприятие. Предприятие розничной торговли. Розничная торговая сеть. Стационарная и нестационарная розничная торговая сеть.

Формат торговли (гипермаркет, супермаркет, экономичный супермаркет, дискаунт, Кэш энд Керри и пр.). Параметры форматов торговли: площадь торгового зала; количество расчетно – кассовых узлов; площадь складских, вспомогательных, офисных помещений; присутствующие в ассортименте категории товаров; ширина ассортимента, количество позиций в категориях; глубина ассортимента; наличие собственного производства; форма обслуживания; предоставляемый сервис; часы работы; списочной количество персонала; оборот за день, месяц, год; оборот с единицы площади; среднее количество покупок в день; уровень цен на базовые позиции ассортимента и др. Локальная (местная) розничная сеть. Региональная сеть. Федеральная (национальная сеть). Иностранная торговая сеть. Транснациональная сеть. Горизонтальная интеграция. Объединение в единую компанию. Создание многоуровневой корпорации. Холдинг. Кооперативное объединение розничных предприятий. Франчайзинг. Вертикальная интеграция. Объединения с поставщиками и производителями. Транснациональная компания.

Тема 2. Принципы размещения розничной торговой сети

Принципы рационального размещения розничной торговой сетив городах. Основные требования, предъявляемые к современным предприятиям розничной торговли Основные типы торговых пространств города и размещение розничных торговых предприятий.

Факторы: градостроительные, транспортные, социальные, экономические. Принципы рационального размещения. Равномерное размещение. Групповое размещение. Ступенчатое размещение. Функциональная система размещения. Магазин местного значения. Магазин городского значения.

Тема 3. Механизмы франчайзинга в сфере торговли

Франчайзинг один из самых эффективных способов развития современного бизнеса. Франчайзинг. Франчайзи. Франчайзер. Виды франчайзинга: франчайзинг товара, производственный франчайзинг, сервисный

франчайзинг, франчайзинг бизнес-формата. Субфранчайзинг. Паушальный взнос. Роялти. Маркетинговые взносы. Преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзи и франчайзера. Специфика законодательного регулирования франчайзинга в России и в западных странах. Существующие препятствия для повсеместного проникновения франчайзинга в российскую экономику. Отсутствие понятия франчайзинг в российском законодательстве. Договор коммерческой концессии и другие договора в рамках франчайзинговых отношений. Франчайзинговые предложения представленные в розничной торговле

Тема 4. Товарная и ассортиментная политика розничных торговых сетей.

Товарная ассортиментная политика РТС. Сущность и виды ассортиментной политики. Формирование ассортимента товаров. Анализ ассортиментной политики.

Формирование ассортиментной матрицы. Сегментирование товаров при создании ассортиментной матрицы. ABC-анализ. XYZ-анализ. RFM-анализ. Оценка целостности и сбалансированности ассортимента. Оценка эффективности выбранного ассортимента. Алгоритм формирования ассортиментной политики торговых компаний. Размещение товара в магазине (мерчендайзинг). Критерии выбора поставщика. Организация тендера. Лояльность, качество работы, логистика, условия поставки поставщика. Оценка работы поставщика. Анализ продаж по магазинам розничной сети и планирование поставок.

Тема 5. Управление торгово-технологическими процессами в розничных торговых сетях. Организация обслуживания конечных потребителей

Значение отдельных составляющих торгово-технологического процесса в розничных торговых сетях. Современные тенденции организации и управления торгово-технологическими процессами в розничной торговле. Организация торгового обслуживания на предприятиях розничных торговых сетей.

Формы торгового обслуживания: самообслуживание, продажа товаров по образцам, по каталогам, индивидуальное обслуживание через прилавок. Правила работы розничных торговых предприятий. Закон о защите потребителей. Организация государственного контроля за соблюдением правил торговли. Правила продажи отдельных видов товаров. Продажа товаров по образцам. Продажа товаров в кредит.

Тема 6. Управление персоналом в розничных торговых сетях

Политика подбора, найма, формирования кадрового состава. Основные положения политики развивающейся торговой сети. Уникальность технологии работы торговой сети. Политика обучения и развития. Варианты организации системы обучения персонала. Организационная структура предприятия. Организация кадровой политики с учетом внешних и внут-

ренних потребностей розничной сети. Цели и функции кадровой службы. Политика оплаты и стимулирования труда. Основные принципы построения эффективной системы стимулирования. Анализ эффективности системы управления персоналом. Производительность труда, текучесть кадров, удовлетворенность.

Тема 7. Конкурентоспособность розничных торговых сетей

Конкуренция и конкурентоспособность розничных торговых сетей. Понятие конкуренции и конкурентных сил. Факторы, определяющие конкурентоспособность и конкурентные преимущества. Методы анализа конкурентоспособности. Анализ факторов конкурентоспособности. Анализ внутренней среды. Анализ модели «5 сил» Майкла Портера, PEST-анализ, SWOT-анализ.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинар, практикум по решению задач, ситуационный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на

семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов с другими участниками групп.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии на семинаре

Дискуссия – целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии – обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно

обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Для успешной работы над докладом следует выполнить следующее: серьезно отнестись к выбору темы, освоить навыки подбора литературы, методы работы с источниками.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения решения задач необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов по решению задач

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Порядок проведения практикума по решению задач

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

Выполнение заданий практикума.

1. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
2. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, цель которого состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и устного изложения собственных мыслей.

Ситуационный практикум должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках курса, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Элементы содержания ситуационного практикума:

1. Выделение основной проблемы;
2. Краткая формулировка собственного взгляда, видения проблемы;
3. Анализ различных научных взглядов психологов, социологов, политиков, писателей и др. на данную проблемы;
4. Авторский вывод из приведенных суждений (авторская позиция).

Методические указания для обучающихся по организации само-

стоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Реферат

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Структура и типология розничных торговых сетей. Процессы интеграции и взаимодействия участников сетевой торговли.	Локальная (местная) розничная сеть. Региональная сеть. Федеральная (национальная сеть). Иностранная торговая сеть. Транснациональная сеть. Горизонтальная интеграция. Объединение в единую компанию.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару. Подготовка к ситуационному практикуму.	Дискуссия на семинарском занятии Защита отчета по ситуационному практикуму
Тема 2. Принципы размещения розничной торговой сети	Основные требования, предъявляемые к современным предприятиям розничной торговли Основные типы торговых пространств города и размещение розничных торговых предприятий	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач	Защита отчета по практикуму по решению задач
Тема 3. Механизмы франчайзинга в сфере торговли	Специфика законодательного регулирования франчайзинга в России и в западных странах. Отсутствие понятия франчайзинг в российском законодательстве. Договор коммерческой концессии и другие договора в рамках франчайзинговых отношений.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к семинару. Подготовка к ситуационному практикуму.	Семинар Защита отчета по практикуму по решению задач Ситуационный практикум

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
		Подготовка к практикуму по решению задач.	
Тема 4. Товарная и ассортиментная политика розничных торговых сетей	. Сегментирование товаров при создании ассортиментной матрицы. . Оценка целостности и сбалансированности ассортимента. Оценка эффективности выбранного ассортимента. Размещение товара в магазине (мерчендайзинг). Критерии выбора поставщика. Организация тендера. .	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к практикуму по решению задач.	Защита отчета по практикуму по решению задач
Тема 5. Управление торгово-технологическими процессами в розничных торговых сетях. Организация обслуживания конечных потребителей	Правила работы розничных торговых предприятий. Закон о защите потребителей. Организация государственного контроля за соблюдением правил торговли. Правила продажи отдельных видов товаров. Продажа товаров по образцам. Продажа товаров в кредит.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару. Подготовка к ситуационному практикуму. Подготовка к практикуму по решению задач.	Семинар Защита отчета по практикуму по решению задач Ситуационный практикум Доклад с презентацией
Тема 6. Управление персоналом в розничных торговых сетях	Политика обучения и развития. Варианты организации системы обучения персонала. Организация кадровой политики с учетом внешних и внутренних потребностей розничной сети. Цели и функции кадровой службы. Политика оплаты и стимулирования труда.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару. Подготовка к докладу с презентацией.	Дискуссия на семинарском занятии Доклады с презентацией
Тема 7. Конкурентоспособность розничных торговых сетей	Понятие конкуренции и конкурентных сил. Факторы, определяющие конкурентоспособность и конкурентные преимущества. Методы анализа конкурентоспособности. Анализ модели «5 сил» Майкла Портера, PEST-анализ, SWOT-анализ.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму по решению задач. Подготовка реферата.	Защита отчета по практикуму по решению задач Реферат

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Афанасенко И.Д. Торговое дело: учебник / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. - СПб.: Питер,2019. - 384с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

2. Чеглов В.П. Экономика и управления розничными торговыми сетями. Учебное пособие. – М. ИНФРА-М, 2021.-288с.

Дополнительная литература

1. Чернухина Г.Н. Организация торговли: учебник. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2016.- 192с.

2. .Иванов, Г.Г. Развитие торговых организаций в современной экономике : монография / Г.Г. Иванов, А.О. Зверева. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 160 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495703 (дата обращения: 15.04.2020). – ISBN 978-5-394-03132-8.

3. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент. Теория и практика /монография Д.И. Валигурский, М.Н. Авдокушина, В.А. Алексунин и др. ; под науч. ред. Д.И. Валигурского. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 410 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495737 (дата обращения: 15.04.2020). – ISBN 978-5-394-02946-2. – Текст : электронный.

Нормативно -правовые документы:

1. Федеральный Закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» №381-ФЗ от 28.12.2009г. (в ред. от 25.12.2018г.).

2. ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения».

3. Федеральный закон от 3 июня 2009 года № 116-ФЗ «О внесение изменений в ст.15 Федерального закона «О розничных рынках» и внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации»;

4. Федеральный закон от 26 декабря 2008 года N 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля».

5. Федеральный закон № 2300-1 от 07.02.1992 «О защите прав потребителей» (с изм. от 17.07.19 №261 -ФЗ)

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Федеральная служба государственной статистики.	http://www.gks/ru
2.	Мониторинг экономических показателей	http://www.budgetrf.ru
3.	Российская национальная библиотека	http://www.nlr.ru
4.	Электронная библиотека – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
5.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
6.	РосБизнес Консалтинг (материалы аналитического и обзорного характера)	http://www.rbc.ru
7.	Деловая пресса	http://www.businesspress.ru
8.	Новости и технологии торгового бизнеса.	http://www.torgrus.ru
9.	фициальный сайт Министерства промышленности и торговли РФ	http://minpromtorg.gov.ru/
10.	Официальный сайт Департамента торговли и услуг г. Москвы	http:www.dtu.mos.ru
11.	Retail.ru	https://www.retail.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

• учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;

• мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;

• помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Ситуационный практикум	5 баллов – участники мини- группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 4 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 3 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии принимали не слишком активное 2-1 балла - участники мини- группы, не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии не принимали участие
2.	Семинар (дискуссия)	«5-4» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; «3-2» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение выступлений, ответы построены в основном логично и обосновано, но точка зрения не достаточно аргументирована «2-1» – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.
3.	Реферат	10-8 – грамотное использование профессиональной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 7-5 – грамотное использование профессиональной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 4-3 – грамотное использование профессиональной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. 2-1 использование профессиональной терминологии, неспособность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, отсутствие аргументации собственной точки зрения.
4.	Практикум по решению задач	Отчет по практикуму 10 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 9-6– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 5 - 1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки. 0 - практикум не выполнен.
	Доклад с презентацией	«5» – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование коммерческой терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «4» – доклад выполнен в основном в соответствии с требо-

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		ваниями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование терминологии дисциплины и изложение проблематики, докладчик частично правильно ответил на вопросы; «3» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, докладчик был «привязан» к тексту и испытывал затруднения при ответах на задаваемые вопросы; «2» – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование и, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик был «привязан» к тексту, частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «1» – некорректное оформление либо отсутствие презентации, докладчик не смог ответить на задаваемые вопросы.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к теме 1. Структура и типология розничных торговых сетей. Процессы интеграции и взаимодействия участников сетевой торговли.

Вопросы к семинару

Проанализируйте этапы развития и современное состояние российской розничной торговой сети. 2. Проведите анализ исторического развития и современного состояния любой торговой сети , функционирующей на зарубежном рынке. 3. Сделайте сравнительный анализ основных организационно-правовых форм организации сетевого торгового бизнеса.

Вопросы к дискуссии:

1. Назовите особенности государственного регулирования сетевой торговли в РФ.
2. Дайте классификацию розничных торговых сетей: международные, федеральные, региональные, местные.
3. Перечислите особенности управления розничными торговыми сетями
4. Роль и функции розничных торговых сетей в развитии и укреплении хозяйственных связей на внутреннем рынке страны.
5. Охарактеризуйте создание розничных торговых сетей в современной России.
6. Перечислите концептуальные основы формирования инфра-

структуры розничных торговых сетей в новых условиях.

7. Охарактеризуйте построение розничной торговой сети и роль ее функциональных структур в развитии хозяйственных связей.
8. Какова роль розничной торговой сети в обслуживании населения, и ее функции и структура.
9. Назовите преимущества и недостатки сетевого принципа организации торгового бизнеса.
10. Охарактеризуйте современное состояние мировых торговых сетей.
11. Назовите отличие региональной сети, федеральной (национальная сеть) и иностранной торговой сети.
12. В чем суть создания многоуровневой корпорации холдинг
13. Охарактеризуйте вертикальную интеграцию. Объединения с поставщиками и производителями.
14. Когда появились первые транснациональные компании.

Ситуационный практикум

«Анализ трансформации организационных построений торговой организации (на примере компаний «Лента», «Магнит», «ВкусВилл» и др.)

Обучающимся предлагается самостоятельно изучить отчетные документы, представленные на сайте выбранной компании. Представить в аудитории свое видение развития этой компании:

– изобразить схематично организационное устройство компании;

– объяснить организационные построения данной торговой системы;

– предложить свой проект совершенствования организационной структуры системы под действием внешних и внутренних факторов;

– проследить формы торговли, использованные компанией, дать оценку сравнительной эффективности, охарактеризовать инструменты и источники развития;

– проанализировать структуру собственности;

– проанализировать структуру управления исследуемой компании и высказать свои предложения по ее оптимизации.

Над выполнением данной задачи студенты работают в группах.

Типовые задания по теме № 2 Принципы размещения розничной торговой сети.

Практикум по решению задач

Задача № 1.

Принять решение по выбору поставщика ТМЦ, если их поставляют на предприятие розничной торговой сети три фирмы (А, Б и С), производящие одинаковую продукцию, одинакового качества. Характеристики фирм следующие:

– удаленность от предприятия: А – 236 км, Б – 195 км, С – 221 км;

– разгрузка: А и С – механизированная, Б – ручная;

– время выгрузки: при механизированной разгрузке – 1 час 30 мин., при ручной – 4 часа 30 мин.;

– транспортный тариф: до 200 км – 0,9 тыс.руб./км, от 200 до 300 км 0,8 тыс.руб./км;

– часовая тарифная ставка рабочего, осуществляющего разгрузку – 450 руб./час.

Задача № 2. «Детский мир» Российский рынок товаров для детей растет на 15–20% в год, а некоторые его сегменты – еще быстрее. По-прежнему огромная часть продаж детских товаров (80%) приходится на рынки, одиночные магазины, аптеки. Сетям остается всего 20% рынка, причем половину из них занимает неспециализированная розница. Безусловные лидеры рынка по оборотам – «Детский мир» и «Банана-мама». С большим отрывом за ними следуют московский «Кораблик», петербургские сети «Здоровый малыш», «Дети», а также столичная сеть товаров для будущих мам и детей «Кенгуру». Сеть магазинов для детей «Кораблик» была создана в 1999 году. Сегодня она включает 25 магазинов средней площадью около 800 кв. м, пять из которых расположены в регионах, остальные – в Москве и Подмосковье. В планах компании открыть еще 20 магазинов в разных городах. Ассортимент «Кораблика» включает 10–12 тыс. наименований. В основном это детская одежда, питание, игрушки, мебель. Что бы выдержать жесткую конкуренцию на рынке «Кораблик» проложил курс между основными игроками, решив обыграть «Детский мир» по ценам, а «Банана-маму» – по сервису. Благодаря выбранной политики он и существует сейчас на рынке. Задание: Охарактеризуйте политику, выбранную сетью магазинов «Кораблик»? На какой сегмент они ориентированы? Какие действия необходимо предпринять сети, чтобы остаться на рынке?

Задача № 3. Руководство вновь создаваемой компании розничной торговой сети, планирующей работать в сфере сбыта, осуществляет выбор варианта системы распределения для последующего внедрения. Им предложены два варианта системы распределения, имеющие различные характеристики.

Первый вариант: годовые эксплуатационные затраты − 7040 у.д.е./год; годовые транспортные затраты − 4480 у.д.е./год; капитальные вложения в строительство распределительных центров − 32534 у.д.е. при сроке окупаемости системы − 7,3 года.

Второй вариант: годовые эксплуатационные затраты − 3420 у.д.е./год; годовые транспортные затраты − 5520 у.д.е./год; капитальные вложения в строительство распределительных центров − 42810 у.д.е. при сроке окупаемости системы − 7,4 года. Провести сравнительную оценку вариантов и предложить наиболее приемлемый вариант.

Типовые задания к теме 3.Механизм франчайзинга в сфере торговли.

Вопросы к семинару

1.Проанализируйте виды франчайзинга: франчайзинг товара, производственный франчайзинг, сервисный франчайзинг, франчайзинг бизнес-формата. 2. Проанализируйте специфику законодательного регулирования франчайзинга в России и в западных странах. 3 Назовите существующие препятствия для повсеместного проникновения франчайзинга в российскую экономику и отсутствие понятия франчайзинг в российском законодательстве.

*Вопросы к дискуссии**:***

1. Охарактеризуйте механизм франчайзинга в сфере сетевой торговли
2. В чём сущность франчайзинга и его особенностей в сфере розничной торговли
3. Можно ли согласиться , что франчайзинг является международной формой бизнеса.
   Назовите проблемы его развития в России.
4. Какова роль франчайзинга в международной торговле.
5. В чём суть франчайзинга в модели степени структурированности бизнес-среды
6. Назовите особенности механизма реализации франчайзинговых отношений и их основные принципы
7. Охарактеризуйте экономическое содержание и сущность франчайзингового механизма в становлении розничного рынка товаров и услуг

Ситуационный практикум

Задание 1. Составление аналитического обзора «Состояния рынка франшиз» (на примере конкретной отрасли или сферы деятельности) .

1. Определить цели и задач исследования.
2. Проведение количественного и качественного анализа франшиз, представленных в отрасли торговли.
   - по видам франшиз
   - по стране происхождения бренда (с разделением на отечественные и иностранные)
   - по объёму прав франшизы (мастер-франшиз, территориальный франчайзер, франчайзи)
   - по размеру франчайзинговой сети, по финансовым условиям, по правам и обязанностям, по требованиям к франчайзи.

3. Определите тенденции и перспективы развития франчайзинга в сфере торговли.

Задание 2. Имеются следующие данные:

Показатель	Цена, руб
Площадь арендуемого помещения	
Стоимость аренды помещения, за 1 м²	1148,0
Стоимость торгового оборудования, системы безопасности (выплата ежемесячно в течение года)	
Ежемесячный заказ коллекций одежды 25 % от выручки	
Расходы на доставку и таможенный сбор	
Резервный фонд на старт, рекламу, ремонт помещения	
Стоимость франшизы	25000$
Заработная плата, налоговые отчисления	
Отчисления франчайзи	10 % от стоимости франшизы
Итого расходы	
Предполагаемая выручка в день	

Рассчитайте чистую прибыль в месяц по указанным данным, а также при выручке 30000 руб. в день.

Контрольные вопросы:

1. Понятие франчайзинга;
2. Выгодность франчайзинга;
3. Порядок расчета стоимости франшизы.

Практикум по решению задач

Задача 1. Имеются следующие данные по розничной торговой сети на планируемый год: выручка от реализации продукции – 36 800 тыс. р., себестоимость реализованной продукции – 27600 тыс. р., выручка от реализации имущества – 950 тыс. р., балансовая стоимость реализуемого имущества – 1200 тыс. р., износ реализуемого имущества – 400 %, внереализационные расходы – 630 тыс. р., налог на прибыль – 20 %.

Определите: 1) балансовую прибыль; 2) чистую прибыль.

Задача 2. Коммерческая фирма А закупила товар Х у сбытовой организации на сумму 8640 тыс. руб., а затем перепродала его фирме Б по с наценкой в 15%. Фирма Б продала этот товар розничной торговой сети по цене, превышающей отпускную на 12%. Товар был продан населению с торговой наценкой в 16%. Прибыль торгового предприятия равна 19% от розничного товарооборота.

Определите сумму полученной прибыли розничной торговли. Укажите, насколько розничная стоимость товара выше сбытовой стоимости товара.

Задача 3. По предприятию на планируемый год определены следующие показатели: стоимость товарной продукции – 1 290 тыс. р., остатки нереализованной товарной продукции на начало года – 300 тыс. р., на конец года – 140 тыс. р. Себестоимость реализуемой продукции – 960 тыс. р. Прибыль от прочей реализации – 12 тыс. р. Внереализационные расходы –

32 тыс. р. Налог на прибыль – 20 %. Определите прибыль от реализации продукции, балансовую и чистую прибыль.

Типовые задания к теме 4. Товарная и ассортиментная политика розничных торговых сетей.

Практикум по решению задач

Задача № 1. Оборот ООО «Лента» составляет 6000 тыс. руб. в год. Число рабочих дней в году – 250. Годовые затраты на хранение запасов в процентах от стоимости среднего запаса – 19%. Норма запаса составляла 20 дней. Определите, насколько снизятся годовые затраты на хранение запасов в результате применения дифференцированных норм запасов после разделения ассортимента на группы А, В, С с помощью метода АВС-анализа. Группа А – 84 % реализации; группа В – 12% реализации; группа С – 4% реализации. Норма запаса по группе А – 5 дней; по группе В – 10 дней; по группе С – 20 дней.

Задача № 2. Отпускная цена составила 10000 руб., издержки обращения посредника равны 700 руб. на единицу товара, планируемая посредником рентабельность составляет 50 %, налог на добавленную стоимость для посредника – 20 %. определить оптовую цену закупки.

Задача № 3. Рассчитайте структуру ассортимента обуви в торговой сети «Алфавит», если в торговом зале и на складе имеются:

- сапоги зимние – 120 пар, демисезонные – 50 пар, ботинки зимние – 80 пар, демисезонные – 90 пар, полуботинки – 70 пар, туфли (в том числе летние) – 65 пар.

Укажите, какие действия должен предпринять менеджер в ритейле по формированию ассортимента обуви в зависимости от времени года (осень, весна).

Задача № 4. Продовольственная торговая сеть «Дикси» должна иметь в ассортименте 48 наименований. Фактически в январе на полках и прилавках торговой сети широта ассортимента составила 52 наименования, в феврале - только 32, а в марте - 24 наименования.

Определите:

1) за каждый месяц и в среднем за квартал коэффициенты полноты ассортимента;

2) за квартал коэффициент устойчивости ассортимента.

Типовые задания к теме 5. Управление торгово-технологическими процессами в розничных торговых сетях. Организация обслуживания конечных потребителей.

Вопросы к семинару:

Проанализируйте современные тенденции организации и управления

торгово-технологическими процессами в розничной торговле.

Охарактеризуйте организацию торгового обслуживания на предприятиях розничных торговых сетей.

Проанализируйте формы торгового обслуживания: самообслуживание, продажа товаров по образцам, по каталогам, индивидуальное обслуживание через прилавок в розничных торговых сетях, их плюсы и минусы.

Вопросы к дискуссии:

1. В чём сущность и содержание технологического процесса в розничных торговых сетях. ("Ашан", "IKEA", "Metro", "Walmart").
2. Какие существуют правила работы розничных торговых предприятий.
3. Назовите принципы управления торгово-технологическим процессом
4. Охарактеризуйте выбор планировочных решений в розничных торговых сетях.
5. Перечислите составляющие управления технологическим процессом в розничных торговых сетях.

Практикум по решению задач

Задание № 1. Имеются следующие данные по двум розничным торговым сетям: X и Z.

Таблица 1.

Торговые организации	Товарооборот, тыс. руб.	Прибыль, тыс. руб.	Затраты, тыс. руб.
X	6875	845,6	673,8
Z	3879	259,9	240,1

На основе приведенных данных определить:

1. Рентабельность розничных торговых сетей (в процентах к товарообороту и как отношение прибыли к издержкам).

2. Уровень издержек обращения (затрат) в процентах к товарообороту.

3. Определить уровень чистой прибыли

4. Сделать выводы на основе сравнения показателей эффективности двух организаций.

Задание № 2. Дайте характеристику одной из розничных сетей, представленных ниже (сеть выбирается самостоятельно, без повторов в группе). Данные исследования представить в виде отчета в письменном виде. Составьте рейтинг 10 крупнейших сетей: 1.Globus. 2.Ашан. 3.Карусель. 4.Лента. 5.Магнит. 6.Metro. 7. Красное и белое. 8.Глобус Гурмэ. 9.О'Кей. 10.Пятерочка. 11.Дикси. 12.ВкусВилл. 13.Магнолия. 14.Перекресток. 15.Ярче! 16.Billa. 17.Азбука Вкуса. 18.Виктория. 19.Верный. 20.Авоська. 21.ВкусВилл 22.«Леруа Мерлен» 23.«Оби» 24.«Твой дом» 25.«Спортмастер» 26.«Бетховен» 27.«Терволина» 28.«Дочки-сыночки» 29.«Детский мир» 30.«Снежная королева» 31.Familia 32.BAON 33.Finn

Flare 34.Unigue fabric 35.Fashion Houst 35.O'STIN 36.Zara 37.Redmond 38. Mango 39. H&M 40.Atleticshop 41.Terranova 42.Zolla

Задание № 3. Рассчитать необходимое количество горок для выкладки непродовольственных товаров на основании следующих данных: площадь торгового зала составляет 300 кв. м; под выкладку товаров предполагается использовать горки, размеры полок которых приведены ниже: 1-я полка – 900 х 600 мм, 2-я полка – 900 х 400 мм, 3-я полка – 900 х 400 мм, 4-я полка – 900 х 400 мм. Прочее оборудование (витрины, прилавки, кассовые кабины) занимает в торговом зале 70 кв. м. Нормативный коэффициент установочной площади равен 0,3.

Задание № 4. Расчет установочной и демонстрационной площади горки торговой компании.

Определите установочную и демонстрационную площадь горки 16.02 согласно каталогу Т05М «Мебель для предприятий торговли». В каталоге указанный вид мебели – это горка универсальная, высотой 1600 мм, порядковый номер горки – 2. Размеры полок определены по индексам деталей. Индексу 0,86 соответствует полка без ценник держателя с шириной 400 мм, а индексу 0,87 – полка без ценник держателя шириной 500 мм. Полок 0,87 – 2 штуки, это нижние полки оборудования, они являются самыми широкими, поэтому с их помощью следует рассчитать установочную площадь оборудования. Для расчета установочной площади также требуется использовать длину оборудования, а также учесть, что для16 горки это будет площадь всех 8 полок, т.е. весь товар может демонстрироваться на всех полках. Мебель в данном каталоге типизированная и унифицированная, поэтому длина равна 900 мм.

Задание № 5. Расчет эффективности использования площади торгового зала супермаркета.

Определить эффективность использования площади торгового зала супермаркета, площадь торгового зала которого составляет 160м2. В торговом зале установлено 80 горок с площадью основания 90 см х 50 см.

Горка имеет 4 яруса. Площадь нижнего яруса составляет 90 см х 50 см , остальные ярусы: 90 см х 40 см. 2.4. Расчет эффективности использование площади торгового зала под размещение торгового оборудования в супермаркете

Определить насколько эффективно осуществляется использование площади торгового зала под размещение торгового оборудования в супермаркете, где установлено 110 горок, площадь основания которых составляет 90 х 50 см. Площадь торгового зала Пз = 150м2. Значение оптимального коэффициента экспозиции, использования площади, принять равным в пределах 0,30-0,32.

Ситуационный практикум

Анализ деятельности розничного торгового предприятия «O'STIN»

O'STIN – это розничная сеть магазинов, предлагающих мужскую, женскую и молодежную одежду и аксессуары среднего ценового диапазона под торговыми марками O'Stin Casual, O'Stin Studio, O'Stin Woman и

O'stin Man. Компания O’STIN является одним из лидеров динамично развивающегося российского рынка одежды.

OSTIN - относительно молодая отечественная фирма по производству стильной одежды. Продукция компании ориентирована на массовое потребление, именно поэтому товары бренда продаются по средним ценам и доступны каждому. В ассортимент OSTIN входит мужская, женская, молодежная одежда, а также детская линейка. Кроме того, OSTIN знают и как производителя стильных аксессуаров.

Коллекции OSTIN состоят из простых, современных моделей, которые можно легко сочетать друг с другом. Одежда casual проста и понятна, она находит отклик у открытых и уверенных в себе людей. Несмотря на внешнюю простоту, одежда OSTIN всегда современна и актуальна моде. При разработке коллекций дизайнеры используют современные тенденции в дизайне и материалах.

Головной офис компании находится на Севере Москвы, где работает весь административный персонал. Средний возраст сотрудников компании - 25 лет. В компании ООО «Остин» линейно-функциональная структура управления.

Бренд O’STIN не только входит в TOP – 5 самых известных одежных брендов России, но и является одним из самых любимых среди россиян, поэтому магазины O’STIN создают поток покупателей в торговые центры. O’STIN – надежный арендатор. Мы выполняем взятые на себя обязательства, учитываем интересы партнеров и всегда настроены на поддержание деловых и дружеских отношений. Компания не работает по схеме франчайзинга. Более 650 магазинов O’STIN уже открыты более чем в 250 городах России, Украины, Казахстана и Республики Беларусь! Темпы развития торговой сети O’STIN значительно превышают среднерыночные показатели. Дизайн и архитектура магазинов O’STIN разработаны одним из лучших европейских архитектурных бюро Blocher Blocher Partner, поэтому они так удобны и привлекательны для покупателей. Концепция развития розничной сети O’STIN. O’STIN расширяет географию городов присутствия. Мы открываем магазины от Калининграда до Дальнего Востока!

Вопросы и задания

1. Как влияет известность марки на объем продаж OSTIN?
2. Определить по данным Росстата (www.gks.ru) экономические показатели деятельности OSTIN за 2020 год по кварталам. Результаты внесите в таблицу.
3. . На какие стороны деятельности OSTIN влияет расширение ассортимента за счет использования новых площадей?

Период	В текущих ценах				В сопоставимых ценах		
ГОД 2020	Отчетный год (т.р.)	Удельный вес (%)	Базовый год (т.р.)	Удельный вес (%)	Отчетный год (т.р.)	Базовый год (т.р.)	К соотв. периоду пред. года (%)
1 кв.							
2 кв.							
3 кв.							
4 кв.							
ИТОГО ЗА ГОД							

Вопросы и задания

1. Определить: лучший квартал и темп изменения объема выручки поквартально к началу года
2. Перечислите квартал с положительной и отрицательной динамикой к соответствующему периоду прошедшего года.

Типовые задания к теме 6. Управления персоналом в розничных торговых сетях

Вопросы к семинару:

1. Проанализируйте политику подбора, найма, формирования кадрового состава в розничной торговой сети.
2. Охарактеризуйте организацию кадровой политики с учетом внешних и внутренних потребностей розничной сети.
3. Назовите основные принципы построения эффективной системы стимулирования.
4. Какую роль играет производительность труда, текучесть кадров, удовлетворенность работников на экономические результаты работы розничной торговой сети.

Вопросы к дискуссии:

1. Какой преобладает характер и содержание труда в сетях розничной торговли продуктами питания. («Ашан», «Лента», «Магнит»)
2. Охарактеризуйте принцип стандартизации в функционировании управления персоналом в сетях розничной торговли продуктами питания.
3. Какого влияние рынка труда на функционирование управления персоналом в сетях розничной торговли .
4. В чём суть анализа применения стандартов управления персоналом в сетях розничной торговли .
5. Перечислите нормы и нормативы как инструмент стандартизации в управлении персоналом в сетях розничной торговли продуктами питания.

6. Можно ли утверждать, что управление персоналом при открытии нового сетевого магазина является бизнесс-процессом и почему.

7. В чём суть методики расчета нормативов численности для персонала сетевого магазина.

Темы докладов с презентацией

1. Понятие и структура розничной торговой сети
2. Современные форматы розничных торговых сетей
3. Типология розничных торговых сетей
4. Основные проблемы и тенденции развития розничной торговли
5. История развития розничных сетей в России
6. Торговые сети в рейтинге крупнейших ритейлеров России
7. Современные направления развития розничных торговых сетей
8. Размещение розничной сети
9. Интеграция - как способ организации розничной сети и эффективного взаимодействия с другими участниками товарного обращения.
10. Сущность преимущества, риски франчайзинга
11. Проблемы франчайзинга в России.
12. Аутсорсинг в торговых сетях
13. Привлечение средств розничными торговыми сетями.
14. Управление персоналом розничной торговой сети.

Типовые задания к теме 7. Конкурентоспособность розничных торговых сетей.

Практикум по решению задач

Задача. Компания «Сахар дом» имеет 60% на региональном рынке сахара. Она продает свою продукцию либо в мешках, либо в упаковке по 1 кг. Стоимость упаковки во втором случае составляет, включая затраты на расфасовку, примерно 5% от стоимости товара. На практике «Сахар-дом» продает промышленный сахар (в мешках по 50 кг) кондитерским фабрикам по цене в два раза ниже, чем в розничным торговым сетям.

Компания «Сладкоежка», производящая конфеты, решает выйти на рынок розничного сахара со своей собственной маркой, чтобы составить конкуренцию «Сахар дому» и другим розничным торговым сетям. Она начинает усиленные закупки промышленного сахара у «Сахар дома», продавая его в собственных упаковках также по 1 кг. «Сахар-дом», осознав конкурентную угрозу своему розничному рынку, отказывает «Сладкоежке» в поставках промышленного сахара, одновременно объявляя о том, что впредь «Сахар дом» будет поставлять товар только собственным транспортом, а заказы на «само вывоз» выполняться не будут.

Вопросы и задания:

В чем причина неожиданной атаки на лидера со стороны бывшего партнера? Какие факторы конкуренции при этом могут оказаться задействованными?

В чём и насколько эта атака может быть результативной?

Как лидер мог бы предупредить эту атаку? Что можно было бы сделать для этого?

<u>Примерные темы рефератов:</u>

Организация и технология товароснабжения розничной торговой сети

1.Организация розничной торговой сети (на примере("Ашан", "IKEA", "Metro", "Walmart")

2.Организация товароснабжения розничной торговой сети

3.Ассортимент и качество рыбных полуфабрикатов, реализуемых в розничной торговой сети и повышение эффективности ее использования

4.Типизация и специализация розничной торговой сети и их влияние на эффективность работы

5.Управление товарными запасами в розничной торговой сети

6.Организация торгово-технологических процессов в розничных торговых сетях

7.Розничные торговые сети на региональном рынке: проблемы и перспективы функционирования

8.Анализ современных тенденций развития розничных торговых сетей

9.Российские торговые сети как формат современной розничной торговли

10.Учет затрат и доходов организации сбытового обслуживания на примере торговой сети магазинов парфюмерии и косметики Л'Этуаль

11.Развитие розничной торговой сети на примере «Леруа Мерлен

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Организация и управление розничными торговыми сетями» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. -**Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Понятие и структура розничной торговой сети
2. Преимущества и недостатки сетевого принципа организации торгового бизнеса.
3. Современные форматы розничных торговых сетей
4. Особенности сетивизации в розничной торговле в РФ. Формы и способы концентрации.
5. Территориальная и форматная стратегия розничных торговых сетей.
6. Типология розничных торговых сетей
7. Сетевой бизнес в оптовой и розничной торговли.
8. Основные проблемы и тенденции развития розничной торговли
9. Передовые международные розничные торговые сети: история развития и условия успеха (США, Франция, Швеция)
10. Торговые сети в рейтинге крупнейших ритейлеров России
11. Современные направления развития розничных торговых сетей
12. Принципы размещение розничной торговой сети
13. Интеграция - как способ организации розничной сети и эффективного взаимодействия с другими участниками товарного обращения.
14. Франчайзинг в организации торговых сетей.
15. Механизмы франчайзинга в сфере торговли.
16. Этапы разработки ассортиментной политики торговой сети.
17. АВС- анализ в управлении товарным ассортиментом
18. Управление персоналом розничной торговой сети.
19. Характеристика технологического процесса в розничных торговых сетях.
20. Организационные аспекты торгово-технологического процесса в розничных торговых сетях.
21. Методы управления торгово-технологическим процессом в розничных торговых сетях.
22. Организация работы с товаром в розничных торговых сетях.
23. Торговое обслуживание населения в розничных торговых сетях.

24. Торговые марки и бренды торговых сетей

25. Анализ эффективности функционирования розничной торговой сети

26. Способы реализации товаров в розничных торговых сетях в условиях конкурентной среды.

Задания 2-го типа

1. Охарактеризуйте преимущества и недостатки сетевого принципа организации торгового бизнеса?

2. Какое влияние оказывает сетевая розничная торговля на развитие потребительского рынка в РФ?

3. Перечислите современные форматы розничных торговых сетей.

4. Охарактеризуйте типологию розничных торговых сетей.

5. Проанализируйте этапы торгово-технологического процесса в розничной торговой сети.

6. Перечислите современные методы управления торгово-технологическим процессом в розничной торговой сети.

7. Назовите показатели эффективности управления розничным торговыми сетями.

8. Охарактеризуйте процессы интеграции и взаимодействия участников сетевой торговли.

9. Какие управленческие принципы используются при формирования современной розничной торговой сети?

10. Перечислите механизмы франчайзинга в сфере торговли.

11. Проанализируйте влияние факторов макроэкономической среды на результаты хозяйственной деятельности розничной торговой сети?

12. В чем состоит отличие между организационным и управленческим решением в розничной торговой сети?

13. Охарактеризуйте принципы формирования и управления товарным ассортиментом в РТС.

14. Перечислите этапы разработки ассортиментной политики торговой сети.

15 .Выявите особенности и условия формирования товарных категорий в предприятиях торговли с учетом требований рынка, вида торговой деятельности и характера выполняемых операций; АВС-анализ товар-ных групп.

16. Как осуществляется управление ассортиментом по товарным категориям в РТС

17. Назовите основную нормативно- техническую документацию, регламентирующую торгово-закупочную деятельность.

18. Как осуществляется управление персоналом розничной торговой сети.

19. Дайте характеристику технологического процесса в розничных торговых сетях.

20. Охарактеризуйте организационные аспекты торгово-

технологического процесса в розничных торговых сетях.

21. Назовите методы управления торгово-технологическим процессом в розничных торговых сетях.

22. Назовите известные торговые марки и бренды торговых сетей

23. Охарактеризуйте торговое обслуживание населения в розничной торговой сети «Globus».

24. Проведите анализ эффективности розничной торговой сети на примере РТС «Лента».

25. Перечислите способы реализации товаров в розничных торговых сетях в условиях конкурентной среды.

Задания 3-го типа

1. Площадь розничной торговой сети составляет 216 м2 : из них 70 м2 занимают торговые помещения, 40 м2 – административно-бытовые, 10 м2 – подсобные помещения и 96 м2 - помещения для приемки и хранения товаров;

- установочная площадь равна 30м2 ;

-площадь выкладки товаров равна 70 м2 ;

- Т (месяц) – товарооборот за месяц (месячный ТО 600 тыс.руб.);

Дм – количество дней в месяце (30);

Др – количество рабочих дней в месяце (24).

Определить степень эффективности использования площади путем расчета технико-экономических показателей таких как : 1) Коэффициент установочной площади. 2) Коэффициента демонстрационный.

2. Рассчитать необходимое количество горок для выкладки непродовольственных товаров на основании следующих данных: площадь торгового зала составляет 300 кв. м; под выкладку товаров предполагается использовать горки, размеры полок которых приведены ниже: 1-я полка – 900 х 600 мм, 2-я полка – 900 х 400 мм, 3-я полка – 900 х 400 мм, 4-я полка – 900 х 400 мм. Прочее оборудование (витрины, прилавки, кассовые кабины) занимает в торговом зале 70 кв. м. Нормативный коэффициент установочной площади равен 0,3.

3.Имеются данные по трем торговым организациям различного размера.

Формат магазина	Число магазинов	Площадь торгового зала, $м^2$	Среднедневной товарооборот, тыс. руб.	Среднедневная прибыль, тыс. руб.
Крупное предприятие	10	45850	13150,0	1578
Среднее предприятие	50	12400	561,7	50,6
Малое предприятие	24	1320	72,6	4,4

По приведенным данным рассчитайте по каждому типу магазинов:

а) среднюю площадь торгового зала и товарооборот одного магазина;

б) средний товарооборот за день на 1 м^2 торговой площади;

в) среднедневную прибыль в расчете на 1 м^2 торговой площади.

Напишите выводы.

4.Определить потребность розничной торговой сети в витринах модели 203, размерами 800 х 440 х 2000 мм, если запас хранимых кожевенных изделий 3 т, объемная масса их - 0.3 т/м3, коэффициент заполнения витрины 0,4. Изделия располагаются на четырех полках высотой по 400 мм каждая.

5.Определить коэффициент использования площади торгового зала РТС под выкладку товаров, если размеры торгового зала 10 х 14 м. запас продуктов, размещаемых в 6-ярусныгх горках -1 2 т, объемная масса продуктов - 0,6 т/м1; коэффициент заполнения - 0,5: размеры одного яруса - 2 х 0,5 х 0.4 м

6.Определить потребность розничной торговой сети в полочных стеллажах для размещения 6 400 светильников, если их размеры 200 х 400 х 100 мм, высота стеллажа 4,5 м, длина 5 м, высота одной полки 0,8 м, глубина 0,7 м.

7.Имеются следующие данные по розничной торговой сети на планируемый год: выручка от реализации продукции – 36 800 тыс. р., себестоимость реализованной продукции – 27600 тыс. р., выручка от реализации имущества – 950 тыс. р., балансовая стоимость реализуемого имущества – 1200 тыс. р., износ реализуемого имущества – 400 %, внереализационные расходы – 630 тыс. р., налог на прибыль – 20 %. Определите: 1) балансовую прибыль; 2) чистую прибыль.

8.Коммерческая фирма А закупила товар Х у сбытовой организации на сум-му 8640 тыс. руб., а затем перепродала его фирме Б по с наценкой в 15%. Фирма Б продала этот товар розничной торговой сети по цене, превышающей отпускную на 12%. Товар был продан населению с торговой наценкой в 16%. Прибыль торгового предприятия равна 19% от розничного товарооборота. Определите сумму полученной прибыли розничной торговли. Укажите, насколько розничная стоимость товара выше сбытовой стоимости товара.

9.В розничной торговой сети на планируемый год определены следующие показатели: стоимость товарной продукции – 1 290 тыс. р., остатки нереализованной товарной продукции на начало года – 300 тыс. р., на конец года – 140 тыс. р. Себестоимость реализуемой продукции – 960 тыс. р. Прибыль от прочей реализации – 12 тыс. р. Внереализационные расходы – 32 тыс. р. Налог на прибыль – 20 %. Определите прибыль от реализации продукции, балансовую и чистую прибыль.

10.Оптовая отпускная цена составила 10000 руб., издержки обращения посредника равны 700 руб. на единицу товара, планируемая посредником рентабельность составляет 50 %, налог на добавленную стоимость для посредника – 20 %. определить оптовую цену закупки.

11.Рассчитайте структуру ассортимента обуви в торговой сети «Алфа-

вит», если в торговом зале и на складе имеются: - сапоги зимние – 120 пар, демисезонные – 50 пар, ботинки зимние – 80 пар, демисезонные – 90 пар, полуботинки – 70 пар, туфли (в том числе летние) – 65 пар. Укажите, какие действия должен предпринять менеджер в ритейле по формированию ассортимента обуви в зависимости от времени года (осень, весна).

12.Продовольственная торговая сеть «Дикси» должна иметь в ассортименте 48 наименований. Фактически в январе на полках и прилавках торговой сети широта ассортимента составила 52 наименования, в феврале - только 32, а в марте - 24 наименования. Определите: 1) за каждый месяц и в среднем за квартал коэффициенты полноты ассортимента; 2) за квартал коэффициент устойчивости ассортимента.

13.Рассчитать сравнительную эффективность торговой сети А и торговой сети В, если имеется следующая информация. Торговая сеть А: годовой товарооборот 800 млн. руб., средняя реализованная наценка за год 50%, издержки обращения 150 млн. руб., количество магазинов 10, торговая площадь 1800 кв. метров. Торговая сеть В: годовой товарооборот 900 млн. руб., средняя реализованная наценка за год 40%, издержки обращения 180 млн. руб., количество магазинов 9, торговая площадь 2000 кв. метров.

14. Средний размер оборотных средств розничной торговой сети W составил 548 тыс. руб., а розничной торговой сети X – 485 тыс. руб.; денежная выручка за месяц (30 дней) предприятия W равнялась 3532 тыс. руб., а предприятия X – 4645 тыс. руб.

По приведенным данным рассчитайте: скорость оборота и время обращения каждого из двух предприятий розничной торговой сети. Сделайте вывод о том, оборотные средства какого из них быстрее оборачивается.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине..... ...**Ошибка! Закладка не определена.**
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

III. Тематический план 7

IV. Содержание дисциплины 9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**0

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 15

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**Ошибка! Закладка не определена.**

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 963.

Изучение дисциплины «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров» ориентировано на получение обучающимися знаний в области товароведения продовольственных товаров, тенденций развития рынка продовольственных товаров и классификации. Дисциплина призвана привить знания и навыки в области товароведения продовольственных товаров. Освоение теоретических знаний, приобретение умений и навыков в области формирования продовольственных свойств, товарного ассортимента и качества продовольственных товаров, необходимые для профессиональной деятельности.

Создание целостной системы знаний, умений и навыков по анализу потребностей, формирования и оценке качества, организации хранения и снижения потерь продовольственных товаров в процессе товародвижения от производства до потребителя.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров» является теоретическая и практическая подготовка обучающихся в области товароведения однородных групп продовольственных товаров.

Задачи дисциплины:

- изучение классификации, ассортимента однородных групп продовольственных товаров;
- организация и осуществление контроля качества продовольственных товаров;
- изучение организации проведения экспертизы качества продовольственных товаров;
- организация оценки качества продовольственных товаров, направленных на снижение риска появления некачественных товаров в сфере обращения;
- изучение технологии производства, дефектов и потерь однородных групп продовольственных товаров;

- создание необходимых условий для хранения, складирования и транспортирования продовольственных товаров;
- изучение основных факторов, формирующих и сохраняющих качество продовольственных товаров.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.2** Осуществляет поиск, сбор и анализ информации необходимой для решения профессиональных задач по управлению торгово-экономическими системами	Знает основные нормативно-технические документы, содержащие требования к качеству, маркировке, условиям хранения и реализации однородных групп продовольственных товаров	Умеет исследовать и анализировать информацию, полученную при оценке качества, маркировки, условий хранения и реализации однородных групп продовольственных товаров в целях управления торгово-экономическими системами	Имеет практический опыт применения методов проведения стандартных испытаний по определению показателей качества и оценки маркировки однородных групп продовольственных товаров, предусмотренных в нормативно-технической документации	Контактная работа: Лекции Лабораторный практикум Самостоятельная работа Конспект

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.3.** Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	Знает основные требования к качеству, маркировке, условиям хранения и показатели качества однородных групп продовольственных товаров при решении профессиональных задач в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	Умеет устанавливать соответствие содержания маркировки и потребительских свойств продовольственных товаров установленным требованиям при решении профессиональны задач в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	Имеет практический опыт использовать современные методы оценки качественных характеристик продовольственных товаров товаров, обеспечения необходимых условий хранения, транспортирования и реализации товаров при решении профессиональных задач	Контактная работа: Лекции Лабораторный практикум Самостоятельная работа Конспект

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: основные понятия	2					6				12	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 1 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 2 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 3 / 7
Тема 2. Товароведение и экспертиза товаров растительного происхождения	6					16				18	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 4 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 5 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 6 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 7 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 8 / 7
Тема 3. Товароведение и экспертиза товаров животного происхождения	6					12				16	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 9 / 7 Защита отчета

											по Лабораторному практикуму № 10 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 11 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 12 / 7
Тема 4. Товароведение и экспертиза товаров смешанного происхождения	5					4				8	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 13 / 8 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 14 / 8
Всего:	**19**					**38**				**51**	
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: основные понятия

Основные методы исследования качества, химический состав пищевых продуктов. Пищевая ценность, показатели качества продовольственных товаров. Стандартизация и подтверждения соответствия, информация о продуктах, кодификация. Хранение продуктов, основные изменения при хранении, товарные потери. Производственный и торговый ассортимент, формирование ассортимента, принципы ассортиментной политики. Информация для потребителя, нормативные документы, регламентирующие качество и безопасность продуктов. Оценка и экспертиза качества продовольственных товаров. Основные органолептические и лабораторные методы исследования качества сырья и продуктов, понятие об экспертизе, приемке и отборе проб, основные требования к сенсорной оценке качества, балльные шкалы, проведение дегустаций.

Тема 2. Товароведение и экспертиза товаров растительного происхождения

Зерновые культуры, строение и состав основных видов зерна. Крупы, мука, хлебобулочные изделия, макароны: ассортимент, понятие о производстве, требования к качеству, дефекты. Экспертиза качества муки и хлебобулочных изделий. Краткая характеристика свежих овощей и плодов, ассортимент и товароведная оценка. Дефекты, болезни, повреждения и условия хранения. Технология, ассортимент и характеристика переработанных плодов и овощей (консервов, томатопродуктов, соленой, сушеной, замороженной и др. продукции). Свежие и переработанные грибы. Дефекты плодоовощной продукции, условия хранения, свежие и переработанные грибы. Сахар. Пищевая ценность. Оценка качества, дефекты, условия и сроки хранения. Кондитерские изделия. Общая классификация. Пищевая ценность. Оценка качества кондитерских товаров. Условия и сроки хранения кондитерских товаров разных групп. Экспертиза качества мучных и сахаристых кондитерских товаров.

Тема 3. Товароведение и экспертиза товаров животного происхождения

Классификация, товароведная характеристика мяса сельскохозяйственных животных. Разделка и клеймение мяса, характеристика субпродуктов. Пищевая ценность, химический и тканевый состав мяса. Оценка качества мясных товаров. Технология и ассортимент, характеристика колбасных изделий, мясных копченостей и консервов; дефекты, условия хранения. Нормы естественной убыли мяса и мясных товаров. Яичные товары. Пищевая ценность. Химический состав и строение яйца. Классификация, оценка и экспертиза качества яйца.

Требования к качеству. Упаковка и маркировка. Условия и сроки хранения. Ассортимент молока и молочных продуктов, понятие о производстве, товароведная характеристика, дефекты, условия хранения. Состав пищевая ценность. Оценка и экспертиза качества молочных продуктов. Промысловые рыбы и нерыбное водное сырье, характеристика ассортимента рыбы и рыбных продуктов, дефекты, условия хранения. Классификация рыбы. Классификация продуктов переработки рыбы. Оценка и экспертиза качества рыбных товаров. Дефекты рыбы и продуктов ее переработки. Хранение рыбных товаров: условия и сроки. Потери при хранении.

Тема 4. Товароведение и экспертиза товаров смешанного происхождения

Пищевые животные жиры и масла, технология, классификация и характеристика ассортимента. Пищевая ценность. Оценка и экспертиза качества пищевых жиров. Маркировка, условия и сроки хранения, дефекты, условия хранения пищевых жиров. Классификация вкусовых товаров. Значение вкусовых товаров в питании. Пищевая ценность, свойства и показатели их характеризующие. Сравнительная товароведная характеристика алкогольных и безалкогольных напитков. Чай, кофе, пряности и приправы, пищевые добавки, табачные изделия. Оценка и экспертиза качества вкусовых товаров. Хранение вкусовых товаров.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров» используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторные практикумы, подготовка докладов по изучаемым темам и презентаций к ним, практикумы по решению задач, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя. В рамках данного курса используются активные и интерактивные формы работы.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций студентам рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии воспроизвести изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с указанной основной и дополнительной литературой, подготовиться к зачету.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов.

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

– ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

– получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;

– использовать под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума

– получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на

лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Структура и алгоритмы компьютерной обработки данных» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Дидактические единицы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: основные понятия	Хранение продуктов, основные изменения при хранении, товарные потери. Производственный и торговый ассортимент, формирование ассортимента, принципы ассортиментной политики. Информация для потребителя, нормативные документы, регламентирующие качество и безопасность продуктов.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам
Тема 2. Товароведение и экспертиза товаров растительного происхождения	Крупы, мука, хлебобулочные изделия, макароны: ассортимент, понятие о производстве, требования к качеству, дефекты. Дефекты, болезни, повреждения и условия хранения. Технология, ассортимент и характеристика переработанных плодов и овощей (консервов, томатопродуктов, соленой, сушеной, замороженной и др. продукции). Свежие и переработанные грибы. Дефекты плодоовощной продукции, условия хранения, свежие и переработанные грибы.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам

Наименование темы	Дидактические единицы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 3. Товароведение и экспертиза товаров животного происхождения	Технология и ассортимент, характеристика колбасных изделий, мясных копченостей и консервов; дефекты, условия хранения. Нормы естественной убыли мяса и мясных товаров. Яичные товары. Пищевая ценность. Химический состав и строение яйца. Классификация, оценка и экспертиза качества яйца. Требования к качеству. Упаковка и маркировка. Условия и сроки хранения. Классификация рыбы. Классификация продуктов переработки рыбы. Дефекты рыбы и продуктов ее переработки. Хранение рыбных товаров: условия и сроки. Потери при хранении.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам
Тема 4. Товароведение и экспертиза товаров смешанного происхождения	Маркировка, условия и сроки хранения, дефекты, условия хранения пищевых жиров. Вкусовые товары Пищевая ценность, свойства и показатели их характеризующие. Сравнительная товароведная характеристика алкогольных, слабоалкогольных напитков.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Товароведение однородных групп продовольственных товаров: учебник / Л.Г. Елисеева, Т.Г. Родина, А.В. Рыжакова и др.; под ред. Л.Г. Елисеевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 950 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496166

Дополнительная литература:

2. Грибанова, И.В. Товароведение: учебное пособие: [12+] / И.В. Грибанова, Л.И. Первойкина. – 2-е изд., стер. – Минск: РИПО, 2016. – 360 с. – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463610

3. Зонова, Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие / Л.Н. Зонова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова; отв. ред. Ж.Ю. Койтова. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 192 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495843

4. Косарева, О.А. Теоретические основы товароведения: учебник: [16+] / О.А. Косарева. – Москва: Университет Синергия, 2017. – 177 с.: ил., табл. – (Легкий учебник). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub

5. Петрище, Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник / Ф.А. Петрище. – 5-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 508 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496152

6. Райкова, Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник / Е.Ю. Райкова. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 412 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495824

Нормативно-правовые документы:

1. Федеральный закон от 7 февраля 1992 г. № 2300/1-1 «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями).

2. Общероссийский классификатор продукции видам по экономической деятельности ОКПД 2. – http://classifikators.ru/okpd (официальный сайт общероссийских классификаторов).

3. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Таможенного союза. – http://www.tsouz.ru (официальный портал Таможенного союза).

4. Технические регламенты, стандарты и технические условия на продукцию, процессы, методы испытания (контроля), терминов и

определений.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
2.	Электронная библиотека – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
3.	Официальный сайт правовой и нормативно-технической документации – Консорциум КОДЕКС	http://docs.cntd.ru
4.	Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека	http://www.rospotrebnadzor.ru/
5.	Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии	https://www.gost.ru/portal/gost
6.	Официальный сайт Российской системы качества – Роскачество	https://roskachestvo.gov.ru/
7.	Официальный сайт Росконтроль – независимая экспертиза товаров	https://roscontrol.com/
8.	Официальный сайт Общества защиты прав потребителей	http://www.ozpp.ru/
9.	Центр независимой потребительской экспертизы	www.cnpe.spb.ru/
10.	Международная конфедерация обществ потребителей	www.konfop.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- лаборатория товароведения, оснащенная лабораторным оборудованием; мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Лабораторный практикум	8-7 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 6-5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 4-3 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, определены соответствующие характеристики, имеются ошибки при выполнении работы, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 2-1 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание работы содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и(или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы[1]

Типовые задания к теме № 1. Предмет и основные категории товароведения и экспертизы

Лабораторный практикум № 1 «Химический состав пищевых продуктов»

Цель – ознакомиться с химическим составом пищевых продуктов, выявить роль и значение белков, жиров, углеводов, минеральных солей и витаминов для организма человека.

[1] Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата, программам специалитета и программа магистратуры в НОУ МФПУ «Синергия»

Задание 1. Изучите пищевую ценность белков (полноценных и неполноценных) для организма человека. Результаты занесите в таблицу:

Таблица 1

Роль и значение белков для организма человека

№	Группа белка	Вид белка	Недостаток белка	Источник

Задание 2. Изучите пищевую ценность жиров (растительные и животные). Результаты занесите в таблицу:

Таблица 2

Роль и значение жиров для организма человека

№	Группа жиров	Вид жиров	Недостаток жиров	Источник

Задание 3. Изучите пищевую ценность углеводов (моносахариды, дисахариды и полисахариды) для организма человека. Результаты занесите в таблицу:

Таблица 3

Роль и значение углеводов для организма человека

№	Группа углеводов	Вид углевода	Недостаток углеводов	Источник

Задание 4. Изучите значение минеральных веществ (минеральные соли и воду) для организма человека. Результаты занесите в таблицу:

Таблица 4

Роль и значение минеральных веществ для организма человека

№	Группа минеральных веществ	Вид минеральных веществ	Недостаток минеральных веществ	Источник

Лабораторный практикум № 2 «Расчет энергетической ценности продовольственных товаров»

Задание 1. Рассчитайте калорийность 5 г жира, 17 г белка, 8 г углеводов.

Задание 2. Вычислите теоретическую калорийность 200 г сдобы Выборгской, содержащей: жиров – 5,5%; белков – 7,6%; углеводов – 65%.

Задание 3. Рассчитайте практическую калорийность 100 г крупы овсяной, содержащей:

белков – 15% усваиваются на 92%;
жиров – 6% усваиваются на 91%;
углеводов – 65% усваиваются на 94%.

Задание 4. Вычислите теоретическую и практическую калорийность 250 г муки пшеничной, содержащей: жиров – 0,9%; белков – 1-,3%; углеводов – 75,25%.

Задание 5. Вычислите калорийность суточного рациона, если человек потребляет в день 100 г белка, 100 г жира, 450 г углеводов.

Задание 6. Определите практическую калорийность 100 г мяса, если оно содержит: белков – 16,5%; жиров – 14%; углеводов – 0,5% и усваивается на 95%.

Лабораторный практикум № 3 «Изучение требований к маркировке продовольственных товаров»

Задание 1. Изучите нормативные документы, содержащие регламентирующие правила маркировки продовольственных товаров: Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки» и ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования».

Выявите общие требования к содержанию информации. Отметьте:

– как информация не допускается к нанесению на маркировке;

– особенности нанесения информации о массе продукта;

– как указываются сроки годности и хранения;

– каковы правила расположения информации на маркировке.

Задание 2. Получив образец маркировки продовольственного товара, определить виды товарной информации, группы информационных знаков. Проанализировать содержание маркировки на соответствии требований Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки»

Типовые задания к теме № 2. Товароведение и экспертиза товаров растительного происхождения

Лабораторный практикум № 4 «Оценка маркировки и качества зерномучных товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец крупы, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ТС 022/2011 Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» или ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить органолептические показатели качества образца в соответствии с требованиями национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки органолептически показателей оформить в виде таблицы.

Лабораторный практикум № 5 «Оценка маркировки и качества зерномучных товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец хлебобулочных изделий, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в

письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ТС 022/2011 Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» или ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить органолептические показатели качества образца в соответствии с требованиями национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки органолептически показателей оформить в виде таблицы.

Лабораторный практикум № 6 «Расчет естественной убыли плодоовощной продукции»

*Задание 1.*На плодоовощной склад г. Жуковский доставили партию картофеля, по сопроводительным документам соответствующего первому классу в количестве 2 т, в мешках по 50 кг. Клубни целые, чистые, без излишней внешней влажности, с плотной кожурой. Запах и вкус соответствуют данному сорту. Разница между наименьшим и наибольшим поперечными диаметрами клубней 35 мм, подмороженные клубни 2%, содержание клубней с механическими повреждениями 5%.

1. Дайте заключение о качестве партии картофеля, как вы поступите в данной ситуации.

2. Определите объём выборки для данной партии.

3. Как должна проводиться транспортировка картофеля свежего?

Задание 2. На плодоовощную базу «ПокупайКа» 15.09.14 г. поступила партия моркови для последующей её реализации населению в количестве 1000 кг, в мешках по 20 кг. По сопроводительным документам данная партия соответствует классу «Экстра». В ходе проведения экспертизы было установлено следующее:

• морковь чистая, корнеплоды целые, без повреждения вредителями;

• имеются природные трещины в корковой части 2,7 мм;

• имеются корнеплоды длиной 12 … 15 см с зеленоватой частью головки толщиной 0,7 см.

• размер корнеплодов по наибольшему поперечному диаметру 3,5 см;

• размер корнеплодов по длине составляет 12 … 17 см.

1. Соответствует данная партия моркови классу «Экстра», заявленному в сопроводительных документах?

2. Определите объём выборки для проведения экспертизы данной партии моркови.

Задание 3. В адрес оптовой плодоовощной базы автотранспортом поступила партия лука репчатого в количестве 1500 кг в мешках по 30 кг.

По сопроводительным документам данная партия соответствует первому классу.

При приёмке товара было обнаружено, что 9 мешка были повреждены и часть лука высыпалась на дно фургона. Было принято решение провести экспертизу качества данной партии лука, которая установила: луковицы вызревшие, непроросшие, без повреждений вредителями, без постороннего запаха и привкуса, размер луковиц по наибольшему поперечному диаметру от 3,8 см, 10% луковиц имеют высушенную шейку более 5 см, у 3% луковиц отсутствуют сухие чешуйки более чем на 1/3 поверхности.

1. Соответствует данная партия лука классу «Экстра», заявленному в сопроводительных документах?

2. Определите объём выборки для проведения экспертизы данной партии лука.

Задание 4. В гипермаркет «Восточный» 10.10.14 г. поступила партия капусты среднеспелой белокочанной массой 1,5 т в мешках по 20 кг.

По сопроводительным документам данная партия соответствует первому классу. Кочаны свежие, непроросшие, без повреждений вредителями, без постороннего запаха и привкуса, плотные, длина кочерыги 3,2 см, у 10% масса зачищенного кочана 0,9 кг.

1. Соответствует данная партия капусты классу «Экстра», заявленному в сопроводительных документах?

2. Определите объём выборки для проведения экспертизы данной партии капусты.

Задание 5. В магазин поступила партия цветной капусты свежей для розничной продажи населению, соответствующей отборному сорту, расфасованной в деревянные ящики по 15 кг, общая масса 1,2 т.

При транспортировке автофургон попал под дождь, и было принято решение о проведении экспертизы качества данной партии капусты. Экспертиза выдала заключение, в котором отмечалось: головки плотные, чистые, с бугорчатой поверхностью, без постороннего запаха и привкуса, размер головок по наибольшему поперечному диаметру 9 см, 3% головок были с пророщенными внутренними листочками.

1. Соответствует данная партия цветной капусты классу «Экстра», заявленному в сопроводительных документах?

2. Определите объём выборки для проведения экспертизы данной партии капусты.

Задание 6. В гипермаркет «Карусель» поступила партия соусов томатных астраханских торговой марки «Богатырь» в индивидуальных упаковках по 310 г, общая партия 150 шт.

По заявке гипермаркета была проведена экспертиза качества соуса, показавшая: соус представляет собой однородную консистенцию, вкус с хорошо выраженным ароматом томатов, цвет красный, массовая доля сухих веществ 18%, массовая доля жира 16%, массовая доля хлоридов 2,3%.

1. Дайте заключение о качестве данной партии томатных соусов.

2. Каков срок хранения томатных соусов?

Задание 7. На оптовый склад поступила партия консервов «Зелёный горошек» торговой марки «Наша марка» высшего сорта в жестяных банках массой нетто 150 г. Проведённая экспертиза показала следующие результаты: доля битых зёрен 6,7% от массы горошка, цвет зёрен неоднородный, от тёмно- до светло-зелёного цвета, запах соответствующий данному виду продукта, консистенция мягкая неоднородная, заливочная жидкость мутная с крахмалистым осадком, массовая доля нетто зеленого горошка 87%.

1. Дайте заключение о качестве данной партии консервов. Как поступить с данной партией?

2. Определите объём выборки для проведения экспертизы.

Задание 8. В мелкооптовый магазин поступила партия томатов экстра класса в 30 деревянных ящиках по 10 кг.

При приёмке были обнаружены томаты с незначительными поверхностными дефектами, не влияющими на общий внешний вид. Но было принято решение о проведение экспертизы, которая показала: плоды целые, чистые, размер плодов по наибольшему поперечному диаметру 5,6 см, плодов с диаметром менее установленных стандартом 15%, плодов смежной степени зрелости 9%.

1. Дайте заключение о соответствии данной партии томатов заявленному классу.

2. Рассчитайте объём выборки для проведения экспертизы.

Задание 9. На плодоовощную базу «Южная» поступила партия яблок свежих ранних сроков созревания в 40 деревянных ящиках по 12 кг. По сопроводительным документам – первого сорта. При приёмке были обнаружены яблоки с повреждённой кожицей плода. Была сделана выборка и отправлена на экспертизу, которая показала: имеются нажимы диаметром до 3,4 см^2, на некоторых яблоках до 4 заживших проколов.

1. Дайте заключение о соответствии данной партии яблок заявленному сорту. Как необходимо поступить с данной партией яблок?

2. Рассчитайте объём выборки для проведения экспертизы.

Задание 10. Гипермаркет заключил договор на поставку 1,7 т свежих абрикосов первого сорта. Партия пришла в деревянных ящиках по 10 кг,

при приёмке был обнаружен недовес в 20 кг. Экспертиза по оценке качества показала следующие результаты: плоды типичные по форме, 10% имеют зелёные бока, размер плодов в диаметре от 55 мм, на 5 плодах обнаружено по 3 лёгких нажима, на 7 плодах по 5 лёгких нажимов.

1. Дайте заключение о соответствии данной партии абрикосов заявленному сорту.

2. Рассчитайте объём выборки для проведения экспертизы.

Примечание: Для решения задачи используйте национальный стандарт на соответствующую плодоовощную продукцию.

Лабораторный практикум № 7 «Оценка маркировки и качества сахаристых кондитерских товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец сахаристых кондитерских товаров, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ТС 022/2011 Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» или ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить органолептические показатели качества образца кондитерского изделия в соответствии с требованиями национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки органолептически показателей оформить в виде таблицы.

Лабораторный практикум № 8 «Оценка маркировки и качества мучных кондитерских товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец мучных кондитерских товаров, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ТС 022/2011 Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» или ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить органолептические показатели качества образца кондитерского изделия в соответствии с требованиями национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки органолептически показателей оформить в виде таблицы.

Типовые задания к теме № 3. Товароведение и экспертиза товаров животного происхождения

Лабораторный практикум № 9 «Оценка маркировки и качества молока питьевого»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец молока питьевого, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ТС 033/2013 Технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции» или

национального стандарта на данный вид молочной продукции. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить органолептические показатели качества образца в соответствии с требованиями национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки органолептически показателей оформить в виде таблицы.

Лабораторный практикум № 10 «Оценка маркировки и качества сыра полутвердого»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец сыра полутвердого, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ТС 033/2013 Технический регламент Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции» или национального стандарта на данный вид молочной продукции. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить органолептические показатели качества образца в соответствии с требованиями национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки органолептически показателей оформить в виде таблицы.

Лабораторный практикум № 11 «Оценка естественной убыли мясных товаров при транспортировании»

Задание 1.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом мяса охлажденного массой 2 500 кг 2 мая на расстояние 25 км.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом мяса мороженного, упакованного в полимерную пленку массой 2 500 кг 2 января на расстояние 40 км с развозом в 3 точки.

Задание 2.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом говядины охлажденной массой 1 800 30 апреля на расстояние 28 кг.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом говядины мороженной неупакованной массой 1 400 кг 20 января на расстояние 26 км с развозом в 6 точек.

Задание 3.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом свинины охлажденной массой 3 400 кг 20 июня на расстояние 28 км.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом свинины мороженной в тушах, упакованной в пергамент, массой 3 200 кг 20 января на расстояние 38 км с развозом в 5 точек.

Задание 4.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом говядины охлажденной массой 1 200 кг 30 августа на расстояние 27 км.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом сосисок массой 1 200 кг 20 декабря на расстояние 45 км с развозом в 6 точек.

Задание 5.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом свинины охлажденной массой 2 100 кг 09 сентября на расстояние 29 км.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом свинины охлажденной массой 800 кг 09 сентября на расстояние 30 км с развозом в 6 точек.

Задание 6.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом сосисок массой 700 кг 01 января на расстояние 45 км.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом свинины охлажденной массой 1 200 кг 15 декабря на расстояние 45 км с развозом в 3 точки.

Задание 7.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом сосисок массой 1 200 кг 05 июня на расстояние 37 км.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом свинины охлажденной массой 800 кг 09 сентября на расстояние 30 км с развозом в 6 точек.

Задание 8.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом говядины мороженой массой 3 400 кг 08 июля на расстояние 40 км.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом свинины мороженной, упакованной в пергамент массой 2 000 кг 30 декабря на расстояние 40 км с развозом в 4 точки.

Задание 9.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом говядины мороженой в полутушах массой 2 000 кг 30 мая на расстояние 560 кг.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом вареных колбас массой 2 300 кг 09 сентября на расстояние 40 км с развозом в 3 точки.

Задание 10.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом маргарина массой 700 кг 01 февраля на расстояние 200 км.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом вареных колбас массой 1 200 кг 30 октября на расстояние 40 км с развозом в 6 точек.

Задание 11.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом маргарина массой 900 кг 05 июня на расстояние 60 км.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом колбас варено-копченых массой 900 кг 09 января на расстояние 35 км с развозом в 7 точек.

Задание 12.

1. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании сыра Алтайского в парафиновом покрытии массой 2 400 кг на расстояние 70 км 28 января.

2. Рассчитать норму естественной убыли, возникшей при транспортировании автотранспортом варено-копченых колбас массой 1 200 кг 09 февраля на расстояние 30 км с развозом в 3 точки.

Примечание: Для проведения лабораторного практикума используйте Нормы естественной убыли продтоваров при транспортировке автотранспортом (в ред. приказа Министерство промышленности и торговли Российской Федерации от 1 марта 2013 г. № 252 «Об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания»).

Лабораторный практикум № 12 «Оценка маркировки и качества рыбных товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец рыбных товаров, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ЕАЭС 040/2016 Технический регламент Евразийского экономического союза «О безопасности рыбы и рыбной продукции» или национального стандарта на данный вид рыбной продукции. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить органолептические показатели качества образца рыбной продукции в соответствии с требованиями национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки органолептически показателей оформить в виде таблицы.

Типовые задания к теме № 4. Товароведение и экспертиза товаров смешанного происхождения

Лабораторный практикум № 13 «Оценка маркировки и качества пищевых жиров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец жировых товаров, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ТС 024/2011 Технический регламент Таможенного союза «Технический регламент на масложировую продукцию» или национального стандарта на данный вид жировой продукции. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить органолептические показатели качества образца жировой продукции в соответствии с требованиями национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки органолептически показателей оформить в виде таблицы.

Лабораторный практикум № 14 «Оценка маркировки и качества вкусовых товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный

образец вкусовых товаров, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ТС 022/2011 Технический регламент Таможенного союза «Пищевая продукция в части ее маркировки» или национального стандарта на данный вид вкусовых товаров. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить органолептические показатели качества образца вкусовых товаров в соответствии с требованиями национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки органолептически показателей оформить в виде таблицы.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Химический состав продуктов питания.
2. Проблемы экологии и безопасности товаров. Показатели безопасности основных групп продовольственных товаров.
3. Потребительские свойства продовольственных товаров. Факторы, способствующие сохранению потребительских свойств в процессе товародвижения.
4. Основы консервирования продовольственных товаров.
5. Основные свойства торгового ассортимента продовольственных товаров.
6. Оптимальные условия, режимы и сроки хранения продовольственных товаров
7. Методы, применяемые при оценке качественных характеристик продовольственных товаров.
8. Краткая характеристика группы зерномучных товаров.
9. Экспертиза качества хлебобулочных изделий.
10. Краткая характеристика свежих овощей и плодов.
11. Особенности хранения плодов и овощей. Процессы, происходящие при хранении.
12. Способы консервирования плодов и овощей. Характеристика и влияние на формирование потребительских свойств.
13. Технология, ассортимент и характеристика переработанных плодов и овощей.
14. Краткая характеристика кондитерских товаров.
15. Оценка качества, дефекты, условия и сроки хранения сахара.
16. Характеристика основных видов растительных масел в зависимости от способа обработки, химического состава и безопасности.
17. Пищевая ценность, химический и тканевый состав мяса.
18. Потери мясных товаров, нормы естественной убыли мяса и мясных товаров.
19. Ухудшение качества и порча мяса, причины их вызывающие.
20. Состав и пищевая ценность молока и молочных товаров.
21. Классификация рыбы и продуктов переработки рыбы.
22. Рыбные консервы: формирование потребительских свойств, принципы классификации, тара, маркировка, экспертиза качества, хранение, дефекты, транспортировка.
23. Классификация и характеристика ассортимента пищевых жиров.
24. Пищевая ценность, свойства и показатели вкусовых товаров.
25. Оценка и экспертиза качества вкусовых товаров.

Задания 2-го типа

1. Охарактеризуйте пищевую ценность продовольственных товаров.
2. Опишите стадии жизненного цикла товаров. Значение в формировании и сохранении качества продовольственных товаров.
3. Охарактеризуйте значение витаминов и минеральных веществ в обеспечении биологической ценности продовольственных товаров.
4. Раскройте значение маркировки для сохранения потребительских свойств продовольственных товаров и их идентификация.
5. Проанализируйте факторы, обуславливающие усвояемость и доброкачественность продовольственных товаров.
6. Охарактеризуйте факторы, влияющие на потери продовольственных товаров при хранении.
7. Опишите экспертные методы оценки качества продовольственных товаров.
8. Проанализируйте классификацию и ассортимент хлебобулочных товаров.
9. Раскройте особенности экспертизы зерномучных товаров.
10. Охарактеризуйте потребительские свойства хлеба и пути повышения биологической ценности и сохраняемости хлеба.
11. Проанализируйте классификацию вегетативных и плодовых овощей.
12. Охарактеризуйте классификацию и ассортимент сахаристых кондитерских изделий.
13. Охарактеризуйте дефекты плодоовощной продукции и особенности ее хранения.
14. Опишите основные этапы производства сахара из сахарной свеклы.
15. Охарактеризуйте требования, по которым проводится экспертиза качества колбасных изделий.
16. Раскройте сущность процессов, протекающих при производстве кисломолочных продуктов и особенности экспертизы.
17. Опишите требования нормативно-технического документа к качеству питьевого молока.
18. Раскройте понятие экспертизы качества молочных продуктов.
19. Опишите потери рыбы и рыбных товаров при транспортировании и нормы естественной убыли этой группы продовольственных товаров.
20. Охарактеризуйте дефекты и условиях хранения пищевых жиров.
21. Проанализируйте значение вкусовых товаров в питании.
22. Проведите анализ товароведной характеристики алкогольных и безалкогольных напитков.
23. Раскройте сущность процессов, протекающих в мясе при созревании и их влияние на качество.
24. Опишите особенности экспертизы качества мясных товаров.

25. Охарактеризуйте основные семейства и виды промысловых рыб.

Задания 3-го типа

Задание № 1. В торговую сеть 1 зоны поступила партия орехов арахис массой 200 кг. Чему равна естественная убыль массы орехов при хранении в течение 1 месяца (норма естественной убыли орехов до 15 суток хранения равна 0,1%, свыше 15 до 30 суток нормы увеличиваются за каждые последующие сутки на 0,006%)?

Задание № 2. При анализе среднего образца слив сорта «Ренклод альтана» оказалось, что от 2 до 3 зарубцевавшихся проколов долгоносиком, имеется у 20% плодов. Дать заключение о качестве.

Задание № 3. На предприятие 10 марта в 8 ч. поступила партия молока, пастеризованного 3,2% жирности, температура молока 7,6°С, кислотность 19°Т. В процессе хранения при температуре 20° в течение 10 часов молоко свернулось и выделилась сыворотка. Кислотность возросла до 25°Т. Объясните причины, вызвавшие изменения качества.

Задание № 4. На базу г. Москвы поступила цистерна с растительным маслом массой 10 т, после перекачки масла в бочки масса составила 9,998 т. рассчитайте фактическую убыль массы и сравните ее с нормами. Установленная норма – 0,25%, круглый год.

Задание № 5. С помощью так называемой контрольной цифры (контрольного разряда) на штрих-коде определенного товара можно определить, законно или нет его производство, т.к. штрих-код позволяет распознавать информационную фальсификацию, которая обычно сопровождает другие виды подделок. Рассчитать правильность нанесения на продовольственный товар 13-значного штрихового кода: 4607063132042

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
_____
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «Электронная коммерция»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело.***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ**ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.**

II. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 5

III. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 7

IV. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 9

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 10

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 144

VII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 157

. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Электронная коммерция» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 12 ноября 2015 г. N 1334.

Изучение дисциплины «Электронная коммерция» ориентировано получение знаний по использованию технологий, функционирующих в рамках глобальной сети Интернет и внутренних корпоративных сетях, для реализации «онлайн-бизнеса» или перевода бизнеса из традиционного в сетевой сектор экономики.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в часть формируемую участниками образовательных отношений учебных планов по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Электронная коммерция» является формирование у студентов теоретических и практических знаний по различным видам современной предпринимательской деятельности с использованием Интернета и мобильных устройств, базовых технологий, которые лежат в основе различных этапов, возможностей применения инструментов электронной коммерции (ЭК) и ведения электронного бизнеса (ЭБ) для малого, среднего и крупного бизнесов, государства и обычных граждан. Выработка практических навыков по разработке и детализации этапов коммерческого цикла, оценке экономических составляющих для различных видов деятельности на отдельных этапах, созданию и использованию систем ЭБ.

***Задачи дисциплины*:**

- сформировать у студентов представление о функционировании сети Интернет, сетевых сервисов по направлению «Электронная коммерция»;
- выработать навыки для решения конкретных практических задач в области ЭК;
- выработать практические навыки по использованию теоретических сведений для проведения анализа деятельности организаций в интернет и выработки рекомендаций по развитию коммерческой деятельности организаций;
- освоение теоретических основ организации и функционирования предприятий электронного бизнеса;

- знакомство с достоинствами и недостатками существующих решений по созданию предприятий электронного бизнеса;
- изучение методик оценки эффективности функционирования предприятий электронного бизнеса;
- изучение классификации основных направлений электронного бизнеса;
- рассмотрение перспектив развития и проблем каждого из направлений, а также законодательных и правовых вопросов;
- изучение систем электронного управления документами;
- изучению вопросов, связанных с построением эффективной инфраструктуры предприятий ЭК.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	1.1 Использует инструменты и методы управления коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедряет современные технологии продаж	инструменты и методы управления коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедряет современные технологии продаж, внедрения современных технологий продаж	Управлять коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедряет современные технологии продаж, внедрять современные технологии продаж	Управления коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедрения современные технологии продаж, внедрять современные технологии продаж	Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа
Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	**ПК-2**	2.2. Анализирует и оценивает возможность применения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	методы анализа и оценки возможностей применения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	анализировать и оценивать возможностейи применения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	анализа и оценки возможностей применения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа

Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК-3**	3.3. Использует современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	использовать современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	применения современных методов и технологий продвижения товаров в торговых системах	Контактная работа: Лекции Лабораторные практикумы Самостоятельная работа

. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса. Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса	4					8				10	Защита отчета по Лабораторному практикуму №1 /20
Тема 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете.	4					8				10	Защита задания по Лабораторному практикуму №2 /20
Тема 3. Реклама в сети интернет. Интернет-маркетинг.	4					8				11	Защита отчета по Лабораторному практикуму №3 / 20

Тема 4. Правовое регулирование электронной коммерции. Государственные услуги для электронного бизнеса	4					7				10	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 4 /20
Тема 5. Информационная безопасность электронного бизнеса. Риски деятельности в сфере электронного бизнеса	3					7				10	Защита отчета по Лабораторному практикуму № 5 /20
Всего:	**19**					**38**				**51**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса. Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса

Понятие электронного бизнеса и электронной коммерции, история их возникновения. Этапы развития ЭБ. Субъекты и Объекты ЭБ. Коммерческий цикл. Изменения принципов ведения бизнеса с переходом к электронной форме торговли.

Физические товары, цифровые товары и услуги в интернете Основные виды деятельности компаний электронного бизнеса.

Тема 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете.

Основные особенности коммерческой деятельности в среде Интернет. Основные формы присутствия компаний в интернете. Основы создания сайтов. Доменные имена. Услуги хостинга. Конструкторы сайтов. CMS. Управление контентом и документами в компаниях электронного бизнеса.

Электронные деньги, платежные интернет-системы, интернет-банкинг.

Тема 3. Реклама в сети интернет. Интернет-маркетинг.

Реклама в сети интернет. Отдельные модели распространения рекламы в сети интернет.

Основные особенности маркетинга в электронной среде. История интернет-маркетинга. Виды интернет-маркетинга. Основные термины. Этапы планирования рекламной кампании. KPI.

Маркетинговые сервисы поисковых систем.

Тема 4. Правовое регулирование электронной коммерции. Государственные услуги для электронного бизнеса

Правовое регулирование электронной коммерции. Основная нормативная база. Персональные данные в сфере электронной коммерции.

Понятие электронного документа и электронно-цифровой подписи. Понятие аналога собственноручной подписи.

Российское законодательство о различных видах электронного взаимодействия с участием бизнес-организаций: заключение в электронном виде договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности.

Портал государственных услуг, основные виды государственных услуг для бизнеса. Основные принципы организации системы

предоставления государственных и муниципальных услуг в электронном виде. Особенности взаимодействия компаний электронного бизнеса с государством.

Тема 5. Информационная безопасность электронного бизнеса. Риски деятельности в сфере электронного бизнеса

Защита информации и информационная безопасность в сфере электронного бизнеса. ГОСТ Р ИСО/МЭК «Критерии оценки безопасности информационных технологий – 15408». Стандарты менеджмента информационной безопасности серии 27000.

Критерии и показатели, характеризующие деятельность в ЭБ Риски в ЭБ, классификация рисков и их важности для сферы ЭБ. Методы и инструменты уменьшения рисков в ЭБ.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также

подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Порядок проведения практикума.

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума (при необходимости).

Выполнение заданий практикума.

Подготовка отчета о выполненных заданиях в соответствии с требованиями.

Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии (при необходимости).

Требования к оформлению результатов практикумов (отчет)

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный

интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Основные понятия электронного бизнеса. Нормативно-правовая база межведомственного взаимодействия компаний электронного бизнеса.	Физические товары, цифровые товары и услуги в интернете Основные виды деятельности компаний электронного бизнеса.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите задания по Лабораторному практикуму
Тема 2. Основные формы присутствия компаний в Интернете. .	Управление контентом и документами в компаниях электронного бизнеса.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите задания по Лабораторному практикуму
Тема 3. Реклама в сети интернет. Интернет-маркетинг.	Отдельные модели распространения рекламы в сети интернет.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите задания по Лабораторному практикуму

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 4. Правовое регулирование электронной коммерции. Государственные услуги для электронного бизнеса	Заключение в электронном виде договоров, оформление электронных счетов-фактур, сдача в электронном виде налоговой отчетности.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите задания по Лабораторному практикуму
Тема 5. Информационная безопасность электронного бизнеса. Риски деятельности в сфере электронного бизнеса.	Стандарты менеджмента информационной безопасности серии 27000.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к лабораторному практикуму, подготовка отчета по практикуму	Подготовка к защите задания по Лабораторному практикуму

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Курчеева, Г.И. Информационное и программное обеспечение электронного бизнеса : учебное пособие : [16+] / Г.И. Курчеева, М.А. Бакаев, В.А. Хворостов ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 107 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

2. Кобелев, О.А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ; под ред. С.В. Пирогова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 684 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

Дополнительная литература:

1. Крахоткина, Е.В. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования : учебное пособие / Е.В. Крахоткина ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-

Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2016. – 129 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

2. Системы электронной коммерции и технологии их проектирования : лабораторный практикум / сост. Е.В. Крахоткина ; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2017. – 132 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

3. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
	Порталы	
1.	Сайт информационной справочно-правовой системы «Консультант плюс»	http://www.consultant.ru/
2.	Сайт информационной справочно-правовой системы «Гарант»	https://www.garant.ru/
3.	Портал государственных услуг Российской Федерации	https://www.gosuslugi.ru/
4.	Яндекс.директ	https://direct.yandex.ru
5.	Google Ads	https://ads.google.com
6.	Рекламные технологии Яндекса. Обучение.	https://yandex.ru/adv/edu

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы,

современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Лабораторный практикум	20-15 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 14-10 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 9-6 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 5 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к лабораторным практикумам

Лабораторный практикум № 1.
Основные понятия электронного бизнеса.

Задание на выполнение работы:

1. Прочитайте краткое описание деятельности субъекта в рамках электронной коммерции.

2. Ответьте на вопросы:

- Кто или что является субъектами коммерческой деятельности \ объектами коммерческой деятельности?

- Какие требования предъявляются к клиентам (что им необходимо для взаимодействия с продавцом)?

3. Составьте схему коммерческого цикла для данного вида деятельности.

4. Раскройте содержание основных этапов коммерческого цикла и их реализацию с точки зрения продавца и покупателя.

5. Сделайте предположение о ведении аналогичного бизнеса с использованием технологий электронной коммерции для реализации отдельных этапов цикла. Опишите полученные варианты.

Лабораторный практикум № 2.
Основные формы присутствия компаний в Интернете.

Задание 1

- Составьте список требуемых услуг, необходимых для полноценного функционирования сайта или интернет-магазина
- Сравните характеристики услуг, предлагаемых различными компаниями и провайдерами.
- Произведите выбор компании и/или провайдера по каждому из направлений и обоснуйте.

Задание 2

Анализ готовых решений интернет-магазинов.

1) Произведите поиск конструкторов интернет-магазинов, в которых на начальном этапе можно сделать интернет-магазин бесплатно.
2) Из результатов поисков выберите 2 ресурса, предоставляющих такие услуги.
3) Разместите на каждом ресурсе 3 товара одной тематики с описанием.
4) На использованных ресурсах проанализируйте тарифы на платные варианты. Приведите сводную таблицу.
5) Выберите наиболее понравившийся вариант конструктора и в отчете обоснуйте, чем обусловлен выбор.

Задание 3

. Анализ готовых решений конструкторов сайтов.

1) Произведите поиск конструкторов сайтов, в которых на начальном этапе можно сделать сайт бесплатно. Тематическое направление сайта - услуги**.**
2) Из результатов поиска выберите один ресурс для размещения сайта и еще 2-3 для изучения ценовой политики.
3) Найдите на фотостоках или других аналогичных ресурсах не менее 5 изображений по тематике своего сайта, которые можно законно и бесплатно использовать на своем сайте.
4) Разместите сайт в конструкторе. Добавьте туда текст и фотографии. Не менее 5 фотографий должно быть не из конструктора, а с других сайтов (см. пункт 3)
5) Найдите список платных тарифов на ресурсе, где вы размещали сайт. Сравните платные тарифы этого ресурса с 2-3 другими ресурсами.

Лабораторный практикум № 3.
Реклама в сети интернет. Интернет-маркетинг.

Задание 1.

1. Ознакомьтесь с рекламными сервисами 2х поисковых систем (например, Яндекс и Google). Приведите сводную таблицу основных сервисов с кратким описанием.
2. Найдите две поисковых системы, у которых есть сертификация по рекламным сервисам. Приведите сводную таблицу о том, какую сертификацию и обучение можно пройти в каждой из них.

Задание 2.

1) Ознакомьтесь с сервисом wordstat или аналогичным.
2) С помощью сервиса подберите не менее ключевых 10 фраз, по которым будет рекламироваться сайт, а также не менее 5 минус-фраз, по которым реклама показываться не будет.
3) Рассчитайте и проанализируйте стоимость показов.
4) Составьте свое объявление контекстной рекламы с фотографией.

Лабораторный практикум № 4
Правовое регулирование электронной коммерции. Государственные услуги для электронного бизнеса.

Задание 1.

В соответствии с вашим вариантом компании дайте характеристику, какие государственные услуги и сервисы можно использовать на этапе

1) регистрации
2) развития
3) постоянного функционирования

Задание 2.
Рассмотрите основные составляющие нормативно-правовой базы, регулирующей сферу электронного бизнеса.
Приведите перечень нормативно-правовых актов в соответствии с вашим вариантом.

Лабораторный практикум № 5
Информационная безопасность электронного бизнеса. Риски деятельности в сфере электронного бизнеса
Задание на выполнение работы.
Опишите основные виды рисков в сфере электронного бизнеса.
Проанализируйте какие методы и инструменты уменьшения рисков можно использовать по каждому из видов.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Информационная безопасность и защита информации» проводится в форме зачета

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

Теоретические вопросы на знание базовых понятий предметной области дисциплины:

1. Что такое электронная торговля?
2. В чем заключается полезность сети Интернет для отношений «пользователь — интернет-магазин»? Перечислите положительные и отрицательные стороны этих отношений
3. Что такое vCard?
4. Что такое Торговая площадка?
5. Для чего предназначена торговая площадка?
6. Чему должен следовать участник торгов?
7. Какие задачи ставит перед собой торговая площадка?
8. Какие пункты регламентов отображают существенные различия на разных торговых площадках?
9. Назовите несколько примеров услуг в сегменте электронных торгов, где участие физических лиц не требуется (B2B, B2E, B2G)
10. Что такое Forex?
11. Чем отличается биржевой товар от небиржевого?
12. Что такое электронный каталог?
13. Для чего используется электронный каталог производителем?
14. Что такое интернет-магазин?
15. Почему название веб-сайта интернет-магазина должно быть таким, чтобы его можно было бы легко запомнить и произнести?
16. Что такое CMS и для чего эта система используется в интернет-магазинах?
17. Что влияет на спрос интернет-магазина?
18. Расскажите о структуре интернет-магазина. Перечислите его основные возможные отделы
19. Что такое электронный киоск?
20. Перечислите форм-факторы электронных киосков
21. Что такое информационный киоск?
22. Перечислите возможные места применения и функции информационных киосков
23. Что такое интернет-маркетинг?

24. Какие основные элементы комплекса интернет-маркетинга?

25. Какие элементы включает в себя интернет-маркетинг?

Задания 2 типа

Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучаемых выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:

1. В чем отличия Электронной коммерции от Электронного бизнеса? Что является отличительной особенностью ЭБ и с чего должно начинаться вхождение любой крупной компании в электронную сферу?

2. Верно ли утверждение, что система **e-procurememt** относится к системам сектора B2B. При необходимости приведите правильный ответ, перечислите функциональные возможности, решаемые задачи и область применения системы.

3. Поясните, какую главную цель ставят крупные корпорации при организации систем ЭБ. Каким образом достигается поставленная цель, перечислите особенности реализации поставленной задачи. Обоснуйте.

4. Перечислите в правильной последовательности этапы коммерческого цикла, покажите движение капитала и выделите те этапы, которые относятся к электронной коммерции. Дайте характеристику этапам и поясните, каким образом трансформировалась технология осуществления бизнес процессов при переходе к ЭБ.

5. Верно ли утверждение, что системы электронной коммерции в секторе B2B предназначены для поддержания бизнес-отношений между поставщиками и потребителями и призваны решать задачи сбыта и материально-технического снабжения? Перечислите системы электронного бизнеса, получившие наибольшее распространение в секторе B2B.

6. Объясните, почему при разработке будущего веб-сайта интернет-магазина учитываются интересы трех основных групп покупателей? Назовите эти группы

7. Какая взаимосвязь существует или может существовать между интернет-аукционами и системами класса peer-to-peer? Обоснуйте ответ.

8. Поясните, какую главную цель ставят крупные корпорации при организации систем ЭБ. Каким образом достигается поставленная цель, перечислите особенности реализации поставленной задачи. Обоснуйте.

9. Проанализируйте процесс расчетов цифровыми наличными. Перечислите основных участников ПИС. Скажите, что необходимо сделать, что бы стать участником платежной системы? Каким образом происходит «аутентификация» и «авторизация» в системе?

10. В чем заключается принципиальное отличие интернет-магазина и интернет-витрины? В каких случаях и какую систему электронной торговли целесообразнее организовать? Обоснуйте ответ.

11. Проанализируйте принцип функционирования интернет-магазина. К какому из секторов ЭБ относится данный сервис? Почему интернет-магазин является наиболее комплексной системой интернет-торговли?

12. Целесообразно ли использовать, и с каких позиций, системы Интернет платежей? Каковы преимущества ПИС по сравнению с традиционными способами оплаты?

13. Выделите способы расчётов, которые характерны для различных групп целевой аудитории. Обоснуйте свой выбор. Скажите, что необходимо выполнить, что бы стать участником ПИС для предприятия торговли.

14. В чем заключается стандарт SWIFT? Банковские технологии, реализованные в системе SWIFT.

15. Техническое обеспечение системы SWIFT. Программные средства взаимодействия с системой SWIFT.

16. Предложите для произвольного вида деятельности реализацию различных стратегий по выходу в ЭБ. Обоснуйте ответ

17. Поясните понятие цифровых наличных (ЦН). Перечислите свойства ЦН и классификацию ЦН по видам средств их хранения.

18. 5. Поясните понятие CNP-транзакций и Merchant Account. Какие существуют сложности открытия Merchant Account для точки продаж? Перечислите провайдеров Merchant Account.

19. 6. Дайте характеристику технологии работы платежной Интернет-системы на основе пластиковых карт. Приведите примеры российских ПИС на основе банковских карт.

20. Что такое Процессинговый Центр системы Яндекс.Деньги? Необходима ли связь с ним в момент совершения платежа?

21. В случае покупки товара в интернет-магазине продавец должен отправить покупателю договор купли-продажи, а затем получить этот договор с подписью покупателя. Каким образом и на каком этапе платежа предается подобный договор в случае оплаты через Яндекс.Деньги?

22. Как называется программа, позволяющая участнику системы Яндекс.Деньги проводить расчеты «электронными деньгами» (цифровыми наличными)?

23. Дайте характеристику карточной платежной системы (КПС). Перечислите частников КПС, составьте структурную схему программно-технической инфраструктуры КПС. Перечислите примеры локальных и международных КПС.

24. Охарактеризуйте взаимосвязи участников КПС между собой: клиент и эмитент, клиент и точка продаж, точка продаж и эквайер, эквайер и эмитент, банки и процессинговый центр.

25. Охарактеризуйте преимущества и недостатки использования КПС для владельца карточки, для точки продаж, для банка.

Задания 3 типа

Задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины:

1. Составьте схему коммерческого цикла для произвольного вида деятельности; Проанализируйте и дайте характеристику этапам коммерческого цикла.

2. Раскройте содержание основных этапов коммерческого цикла и их реализацию с точки зрения продавца и покупателя для произвольного вида деятельности

3. Постройте SWOT матрицу для предполагаемой компании, описывающую стратегические альтернативы и ограничения. Выделите те, которые могут лечь в основу формирования стратегии развития будущей компании;

4. Выделите возможный набор потенциальных внешних угроз для бизнеса компании произвольного вида деятельности на рынке товаров (услуг); Предложите стратегию выхода из рисковой ситуации.

5. Описание деятельности: Интернет-аукцион «Colir» существует с 2002 года. На сайте физические лица торгуют друг с другом. Один лот выставляется на продажу в течении ограниченного времени. Торг может проходить как напрямую между продавцом и покупателем (с самоорганизацией доставки), так и через третье лицо – менеджера аукциона, который организует торг и доставку товара, получая при этом определенный процент. Оплата товара осуществляется через платежные Интернет – системы (WebMoney, Яndex-деньги) или с использованием кредитных карт, (возможны другие способы оплаты при обоюдной договоренности сторон)..

Задание:

a. К какому сектору относится описанная деятельность?

b. Перечислите субъекты и объекты коммерческой деятельности.

c. Проанализируйте ведение аналогичного бизнеса в рамках различных вариантов (OFF LINE, Частично ON-LINE, Полностью ON-LINE) Выделите достоинства и недостатки.

d. Сделайте вывод. Обоснуйте.

6. Описание деятельности: компания ООО «ДляВас», развернула бизнес в сети Интернет по предоставлению краткосрочных кредитов он-лайн для осуществления покупок на сумму до 100 000 рублей прямо не выходя из дома. Вы, как физическое лицо, можете стать её клиентом, предоставив требуемую информацию о себе и заверив документы

электронной подписью. В случае успешной проверки ваших документов, вы получаете возможность пользоваться кредитом в удобной для вас форме – от прямой оплаты вашего счёта в Интернет магазине до перечисления средств в ваш кошелёк в системе Web Money или любых других. Все операции по необходимому оформлению документов осуществляются прямо через сайт в режиме on-line. Также и последующие расчёты с компанией осуществляются через сайт путём зачисления средств на её счёт практически в любой расчётной системе сети в российском сегменте.

Задание:

a. К какому сектору относится описанная деятельность?

b. Перечислите субъекты и объекты коммерческой деятельности.

c. Проанализируйте ведение аналогичного бизнеса в рамках различных вариантов (OFF LINE, Частично ON-LINE, Полностью ON-LINE) Выделите достоинства и недостатки.

d. Сделайте вывод. Обоснуйте.

7. Описание деятельности: На сайте администрации города …. физическим лицам предоставляется возможность оплаты коммунальных услуг. При проведении платежа используются так называемые «сервисные» карты, которые плательщики могут приобрести в отделениях «Сбербанка» и «Банка связи». Система оплаты организована следующим образом: клиент регистрируется на сайте (заводит счет), заполняет форму идентичную бланку оплаты, вводит код с сервисной карты (пополняя свой счет на определенное количество денежных единиц). Операции с сервисными картами проводит «Банк связи», переводя деньги со счета клиента на сбербанковский счет администрации города.

Задание:

a. К какому сектору относится описанная деятельность?

b. Перечислите субъекты и объекты коммерческой деятельности.

c. Проанализируйте ведение аналогичного бизнеса в рамках различных вариантов (OFF LINE, Частично ON-LINE, Полностью ON-LINE) Выделите достоинства и недостатки.

d. Сделайте вывод. Обоснуйте.

8. Описание деятельности: Туристическая компания, которая продаёт через Интернет экстремальные виды отдыха в России и за рубежом.

Задание:

a. Найдите в российском сегменте сети Интернет 2 компании, занимающиеся деятельностью, максимально близкой к описанному в вашем варианте;

b. Изучите сайты выбранных компаний и составьте набор из 8-15 характеристик, по которым данные компании отличаются друг от друга;

c. Предположим, вы хотите выйти на рынок рассматриваемых товаров (услуг) в рамках существующей компании, открыв отдельное

направление, либо создав новый канал сбыта в рамках традиционной деятельности:

d. выделите возможный набор сильных возможностей предполагаемой компании;

e. выделите возможный набор слабых возможностей предполагаемой компании;

f. выделите возможный набор сильных угроз предполагаемой компании;

g. выделите возможный набор слабых угроз предполагаемой компании;

h. Сделайте вывод по смыслу полученного результата и содержанию возможной стратегии предполагаемой компании.

9. Описание деятельности: Торговая площадка B2B по оптовой продаже высокоточных приборов собственного производства, которые требуют консультаций производителя как по настройке на первоначальном этапе, так и на этапе эксплуатации.

Задание:

a. Выберите и опишите способ организации приложения электронной коммерции;

b. Произведите выбор провайдера и обоснуйте свой выбор;

10. Описание деятельности: Торговая площадка B2B по оптовой продаже высокоточных приборов собственного производства, которые требуют консультаций производителя как по настройке на первоначальном этапе, так и на этапе эксплуатации.

Задание:

a. Определите первоначальные затраты, требуемые для организации приложения электронного бизнеса (кроме создания самого приложения);

b. Сделайте и обоснуйте выводы.

11. С какой целью анализируется деятельность потенциальных конкурентов, и составляются отличительные характеристики их деятельности? Какую информационную нагрузку несет полученные сведения? Что такое «стратегические альтернативы и ограничения»?

12. Перечислите возможные варианты организации «простых» приложений ЭБ; Исходя, из каких соображений определяется список услуг, предоставляемый провайдером, которые требуются для организации приложения ЭБ; Обоснуйте.

13. Перечислите цели разработки Интернет проекта? Какие из них будут направлены на достижение прямого, а какие на достижение косвенного эффекта?

14. Какой минимум программно-аппаратных средств необходим для полноценного функционирования Интернет-магазина? Обоснуйте.

15. Какие из методов сайтпромоутинга Вам известны? Раскройте алгоритм выбора методов сайтпромоутинга для того или иного вида деятельности. Обоснуйте.

16. Перечислите возможные способы продвижения товаров\услуг в сети Интернет, которые целесообразно применять для возможной целевой аудитории компании в зависимости от ее вида деятельности.

17. Определите 1-2 возможных варианта реализации традиционной рекламы для произвольного Интернет-проекта и их стоимостные характеристики. Существенна ли разница затрат на проведение рекламы в Интернете, по сравнению с аналогичными мероприятиями в off-line?

18. Предложите медиа-план для компании произвольного вида деятельности на 1 месяц, включающий Интернет рекламу и традиционные способы рекламы из 4-5 позиций. Поясните каждую из описанных позиций, с точки зрения затрат, сроков исполнения, а так же, с позиции эффективности.

19. Скажите, что необходимо выполнить, что бы стать участником ПИС для предприятия торговли? Целесообразно ли использовать, и с каких позиций, системы Интернет платежей? Каковы преимущества ПИС по сравнению с традиционными способами оплаты? Обоснуйте ответ.

20. Сформулируйте цели и функции произвольного Интернет проекта.

Разработайте карту будущего проекта, включая основные и вспомогательные разделы.

Разработайте концепцию графического дизайна в виде схемы расположения зон на экране (меню, информация и т.д.).

Выделите основных участников разработки Интернет проекта, указав то, какие задачи они будут решать.

Сформулируйте последовательность этапов, которая будет реализована в процессе разработки Интернет проекта.

21. Перечислите нормативно-правовые акты, регулирующие электронную коммерческую деятельность по следующим вопросам:

a. по вопросу подключения и использования Интернет;
b. по вопросу защиты информации в Интернет;
c. по вопросу рекламы в Интернет;
d. по вопросу защиты авторского права в Интернет;
e. по вопросу защиты авторского права в Интернет;
f. по вопросам преступлений, совершаемых в Интернет;

22. Проведите сравнительный анализ положений Закона РФ «Об электронной торговле» и Типового закона ЮНИСТРАЛ об электронной торговле.

a. Рекомендуется сравнить регулирование следующих позиций:
b. толкование терминов:
c. электронный документ;
d. электронная подпись;
e. электронно-цифровая подпись;
f. виды торговых сделок;
g. юридическая сила электронных сообщений;
h. подлинность информации;

i. признание подписи;

j. условия подтверждения получения информации.

23. Проведите сравнительный анализ положений Закона РФ «Об электронно-цифровой подписи» И Директивы Европейского союза подписей о структурной основе сообщества для электронных подписей. Обобщите и аргументируйте недостатки в сфере нормативно-правовой базы, препятствующие развитию электронного бизнеса в России (по вашему мнению).

24. Найдите в Интернете или системе «Консультант +» следующие типовые договора:

a. Договор поддержки Веб-сервера;

b. Соглашение о договорной цене (Приложение №1 к договору поддержки Веб-сервера;

c. Лицензионный договор на использование программы для ЭВМ;

d. Договор на предоставление услуг по распространению рекламы через сеть Интернет;

e. Договор оказания юридических услуг

f. Заполните соответствующие договора для предприятия электронного бизнеса для произвольной компании.

25. Сравните различные виды произвольных Web-ресурсов с точки зрения права. Приведите примеры 3-4 различий. Обратите внимание, как будет использоваться ФЗ «О рекламе», будут ли различия в начислении налогов. Выводы занесите в таблицу.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Психология маркетинга и рекламы в торговле»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....3

III. Тематический план.....7

IV. Содержание дисциплины.....8

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....9

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....18

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....19

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Психология маркетинга и рекламы в торговле» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Психология маркетинга и рекламы в торговле» имеет большое значение для подготовки выпускников высшей квалификации в области торгового дела. Актуальность и практическая значимость изучения данного курса опираются на результаты теоретических и экспериментальных исследований, раскрывает специфические социально-психологические закономерности, теоретические принципы, методы, основные понятия и категории различных аспектов маркетинговых коммуникаций. В рамках данной дисциплины изучаются структура, содержание и социально-психологические закономерности маркетинговых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

— основные категории психологии маркетинга и рекламы;
— нормативно-этические регуляторы рекламной деятельности;
— методы исследования маркетинговых коммуникаций;
— социально-психологические аспекты инструментов маркетинга;
— виды, функции и средства рекламы;
— механизмы и закономерности рекламного воздействия;
— особенности и закономерности потребительского поведения;
— основные закономерности формирования рекламных образов.

уметь:

— использовать инструменты маркетинговых коммуникаций;
— составлять бриф на производство рекламного продукта;
— применять рекламные средства в зависимости от маркетинговой стратегии;
— составлять рекомендации для психологически корректного структурирования и оформления рекламного продукта;
— составлять рекламные тексты для различных рекламных средств;
— проводить социально-психологическую экспертизу рекламных продук-

тов;

— проводить исследования рекламных коммуникаций;

иметь практический опыт:

— разработки эффективного комплекса маркетинговых коммуникаций, основанного на особенностях психологического восприятия коммуникационных средств.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.3** Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	основные категории психологии маркетинга и рекламы; психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях, нормативно-этические регуляторы рекламной деятельности	использовать инструменты маркетинговых коммуникаций; составлять бриф на производство рекламного продукта; применять рекламные средства в зависимости от маркетинговой стратегии	проведения социально-психологической экспертизы рекламных продуктов, анализа и исследования рекламных коммуникаций и маркетинговых коммуникаций	Контактная работа: Лекции Ситуационные практикумы (кейс-задания, творческое задание, аналитические задания) Самостоятельная работа
			методы исследования маркетинговых коммуникаций; социально-психологические аспекты инструментов маркетинга; виды, функции и средства рекламы	составлять рекомендации для психологически корректного структурирования и оформления рекламного продукта; составлять рекламные	разработки рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности	

				тексты для различных рекламных средств		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Основы психологии маркетинга и рекламы	3	6								9	Творческое задание/20
Тема 2. Модели влияния рекламы	4			8						9	Аналитическое задание №1/15
Тема 3. Измерение влияния рекламы	3			6						9	Аналитическое задание №2/15
Тема 4. Психологические основы потребительского поведения и влияния рекламы	3			6						8	Аналитическое задание №3/15
Тема 5. Формальные аспекты оформления рекламы	3			6						8	Аналитическое задание №4/15
Тема 6. Содержательные аспекты оформления рекламы	3			6						8	Ситуационный практикум/20
Всего:	**19**	**6**		**32**						**51**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основы психологии маркетинга и рекламы

Значение маркетинга. Политика продукта и программы. Создание имени. Упаковка. Ценовая политика. Исследование ценового порога. Цена и качество. Распродажи товаров. Политика распределения. Политика коммуникации. Личные продажи. Реклама. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью и спонсирование. Сегментирование рынка. Жизненный цикл семьи. Дети как сегмент рынка. Личность и стиль. Культурные различия.

Тема 2. Модели влияния рекламы

Ступенчатые модели влияния рекламы. Модель иерархии эффектов. Двухпроцессные модели. Модель двойного посредника. Модель Росситера и Перси. Функции моделей влияния рекламы

Тема 3. Измерение влияния рекламы

Уровень поведения. Оценка рекламы. Тесты на отношение. Тесты на запоминание. Тесты на внимание и влияние активизации. Измерение влияния рекламы в Интернете. Влияние рекламы или успех рекламы.

Тема 4. Психологические основы потребительского поведения и влияния рекламы

С точки зрения психологии восприятия. Гипотеза восприятия. Восприятие с точки зрения целостной психологии. Сублиминальное (подпороговое) восприятие и образование впечатления. Внимание, любопытство и вовлеченность. Внимание. Любопытство. Вовлеченность. С точки зрения психологии учения. Классическое обусловливание. Инструментальное обусловливание. Познавательное обучение. С точки зрения психологии отношения. Отношения и поведение. Поведение и отношения. Воспоминания, имидж и позиционирование. Эмоция, активизация и настроение. Эмоции и реклама. Активизация. Настроение. Суждения, принятие решений и привычки. Суждения и принятия решений. Привычка и приверженность.

Тема 5. Формальные аспекты оформления рекламы

Типографские аспекты. Микротипографские аспекты. Макротипографские аспекты. Величина объявления. Эффекты размещения. Использование цветов. Особенности Интернет-рекламы. Реклама в соцсетях.

Тема 6. Содержательные аспекты оформления рекламы

Понятность текстов и их влияние. Юмор. Сексуальная привлекательность. Обращение к страху. Модели. Изображения. Повторение рекламы. К соотношению теории и практики в психологии маркетинга и рекламы. Этические вопросы в психологии маркетинга и рекламы.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

Во время лекции следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Во время лекции можно делать пометки для лучшей систематизации материала и дополнения имеющихся источников информации по теме лекции.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Лекция не заменяет собой учебник, лекция направлена на общее раскрытие темы, проблемы, выделение главных существенных аспектов, на которые следует обратить внимание. Лектор указывает пути, которым нужно следовать, для достижения глубокого понимания изучаемой темы. Главной целью лекции является – донести сущность поставленной в теме проблемы. Лекция требует от слушателя большой самостоятельной работы. Во время лекции можно фиксировать основные этапы развития мысли лектора, выводы и обобщения. Фиксация полезна для последующего запоминания, а также для дальнейшей работы с рекомендуемой литературой и информацией, справочниками и иными документами.

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

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

С этой целью нужно:

- внимательно прочитать материал предыдущей лекции;

– ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

– записать возможные вопросы, непонятные или спорные моменты, ответы на которые спросить у лектора на лекции по материалу изученной лекции;

– постараться уяснить место изучаемой темы в подготовке;

– узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора или материалам рабочей программы дисциплины) и зафиксировать информацию, которая есть по данному вопросу.

Методические указания для обучающихся по участию в ситуационном практикуме

1 сценарий. Студенты изучают ситуацию, представленную преподавателем и в письменном виде готовят ответы на вопросы к ситуации.

2 сценарий. Студенты в составе мини-групп (команд) по 3-5 человек готовят ответ на вопросы к ситуации и представляют позицию своей команды в течение 15-20 минут. Один представитель команды излагает основное содержание кейса и суть подготовленного решения. Участники команды отвечают на вопросы слушателей и принимают участие в дискуссии. Представители других команд могут задавать вопросы и участвовать в дискуссии.

3 сценарий. Студенты самостоятельно изучают задания, собирают и анализируют информацию, проводят дополнительные исследования для решения поставленных задач по исследованию рынка и разработке маркетинговых стратегий.

Методические указания для обучающихся для подготовки творческого задания

Целью проведения творческого задания является повышения уровня самостоятельности студентов, активизация познавательной деятельности, стимулирование творческого подхода при решении профессиональных задач.

Выполнение творческого задания в рамках изучения дисциплины является обязательным и предполагает индивидуальную или групповую работу.

Этапы работы над творческим заданием:

1. Определение темы творческого задания. На этом этапе следует определить, будет ли выполняться проект индивидуально или в группе.

2. Формулировка проблемы, постановка цели и задач.

3. Организация деятельности. Если проект выполняется в группе, следует организовать рабочую группу, определить роли каждого участника рабочей группы, спланировать совместную или индивидуальную деятельность по решению задач творческого задания.

4. Активная и самостоятельная работа над проектом; консультации преподавателя; оформление полученных результатов.

5. Подготовка к защите творческого задания.

На выполнение творческого задания отводится 2 недели (время обучения в рамках темы). Объем выполненной работы должен быть оформлен в виде презентации.

Творческое задание считается выполненным полностью в случае:

1. Предоставления полного объема учебных материалов по заранее утвержденной теме, полностью раскрывающих заявленную тему;

2. Размещение материалов в электронной информационно-образовательной среде;

3. Соответствия представленных материалов требованиям по оформлению;

4. Наличия в брендированной презентации творческого задания описания используемых методов и источников литературы;

5. Успешной презентации и защиты проекта на практическом занятии.

Выполненное творческое задание должно быть представлено в виде презентации. При подготовке презентации используется брендированный шаблон презентации Академии. Работа должна быть оформлена соответствующим образом:

- титульный слайд (с указанием дисциплины, вида задания «творческое задание», темы, фамилии студента и преподавателя);
- содержание, или краткий план, выполняемой работы;
- введение (актуальность);
- основная часть (разработанные материалы);
- заключение (выводы);
- библиографический список, ссылки на Интернет-ресурсы.

Обычно презентация содержит около 20 слайдов. Текст на слайдах должен быть читаемым. Слайд не должен содержать только текс. При подготовке презентации следует применять схематичное изложение: использовать рисунки, схемы, диаграммы, графики и рисунки. Презентация должна быть выполнена в деловом стиле.

Подготовка к защите заключается в оформлении электронной брендированной презентации творческого задания, а также подготовке выступления, отражающего цели и задачи работы, основное содержание выполненной работы, полученные результаты, наиболее сильные стороны выполненной работы. Продолжительность выступления – не более 15 минут.

Защита творческих заданий предполагает выступление группы, выполнявшей творческое задание перед студентами и преподавателем. После каждого выступления присутствующие на защите участники задают вопросы, чтобы прояснить некоторые моменты, выяснить насколько глубоко проработана тема исследования и насколько эффективно. Каждая работа оценивается: при этом оценку своей работы получает каждый участник группы, учитывается выступление на защите, наконец, оценивается вся работа в целом.

Методические указания для обучающихся для подготовки к выполнению аналитического отчета

Целью подготовки аналитического отчета является проведение анализа факторов, характеризующих определенную ситуацию, составить аналитическую записку, дать оценку этой ситуации. Например, выявить особенности покупательского поведения, отношения к тем или иным средствам коммуникации, провести оценку маркетингового потенциала различных инструментов продвижения; оценить эффективность различных рекламных средств.

Подготовкой аналитического отчета обучающиеся могут заниматься как индивидуально, так и небольшими группами. При выполнении задания следует руководствоваться следующими общими рекомендациями. Для выполнения аналитического отчета необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную; получить исходные данные у преподавателя, либо подобрать исходные данные самостоятельно, используя различные источники информации (по конкретной организации, или планируемому собственному бизнесу). Для выполнения задания может использоваться метод малых групп. Работа в малых группах предполагает решение определенных образовательных задач в рамках небольших групп с последующим обсуждением полученных результатов. Этот метод развивает навыки сотрудничества, достижения компромиссного решения, аналитические способности. Он предусматривает распределение в рамках группы ролей: ведущего (организатор работы группы), секретаря (записывает результаты обсуждения), докладчика (представляет результаты коллективного анализа проблемы). Смысл работы заключается не только в том, чтобы сформулировать решение какой-либо задачи, но и объективно оценить как свою работу, так и результаты работы других. Результаты работы групп оцениваются по выработанной заранее шкале баллов. Для выполнения заданий обучающемуся необходимо: составить алгоритм решения, при выполнении обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса; определить этапы проведения анализа. Выполнение аналитического заданий для подготовки отчета осуществляется в следующей последовательности:

- изучить показатели, характеризующие определенную ситуацию, и формулы для их расчета;
- выявить, какие факторы влияют на величину этих показателей;
- найти числовые значения показателей;
- сделать соответствующие выводы.

Для подготовки аналитического отчета необходимо:

- определить, какой методикой можно воспользоваться, чтобы выполнить задание, изучить эту методику;
- определить, какую информацию необходимо собрать для выполнения задания;
- подготовить исходные данные для их анализа;

– проанализировать собранную информацию, сделать соответствующие выводы;
– дать оценку ситуации;
– разработать рекомендации.

Выполненный аналитический отчет должен быть представлен в виде презентации. При подготовке презентации используется брендированный шаблон презентации Академии. Работа должна быть оформлена соответствующим образом:

- титульный слайд (с указанием дисциплины, вида задания «творческое задание», темы, фамилии студента и преподавателя);
- содержание, или краткий план, выполняемой работы;
- введение (актуальность);
- основная часть (разработанные материалы);
- заключение (выводы);
- библиографический список, ссылки на Интернет-ресурсы.

Обычно презентация содержит около 20 слайдов. Текст на слайдах должен быть читаемым. Слайд не должен содержать только текс. При подготовке презентации следует применять схематичное изложение: использовать рисунки, схемы, диаграммы, графики и рисунки. Презентация должна быть выполнена в деловом стиле.

Подготовка к защите заключается в оформлении электронной брендированной презентации аналитического отчета, а также подготовке выступления, отражающего цели и задачи работы, основное содержание выполненной работы, полученные результаты, наиболее сильные стороны выполненной работы. Продолжительность выступления – не более 15 минут.

Защита аналитического отчета предполагает выступление группы, выполнявшей задание перед студентами и преподавателем. После каждого выступления присутствующие на защите участники задают вопросы, чтобы прояснить некоторые моменты, выяснить насколько глубоко проработана тема исследования и насколько эффективно. Каждая работа оценивается: при этом оценку своей работы получает каждый участник группы, учитывается выступление на защите, наконец, оценивается вся работа в целом.

Методические указания для обучающихся для подготовки к выполнению кейс-заданий

Кейс-задания - основной элемент метода case-study, который относится к неигровым имитационным активным методам обучения. Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой метод активного проблемноситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий).

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Метод case-study – инструмент, позволяющий применить теоретические знания к решению практических задач. С помощью

этого метода студенты имеют возможность проявить и совершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ними будут придерживаться систематического подхода к их анализу, основные шаги которого представлены ниже.

1. Выпишите из соответствующих разделов учебной дисциплины ключевые идеи, для того чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые Вам предстоит использовать при анализе кейса.

2. Бегло прочтите кейс, чтобы составить о нем общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к кейсу и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст кейса, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Продумайте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть при работе с кейсом.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов:

используйте знания, полученные в процессе лекционного курса;

внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами;

не смешивайте предположения с фактами.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом в case-study используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет-презентация.

Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения. Одним из преимуществ публичной (устной) презентации является ее гибкость. Выступающий может откликаться на изменения окружающей обстановки, адаптировать свой стиль и материал, чувствуя настроение аудитории.

Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д. Подготовка письменного анализа кейса аналогична подготовке устного, с той разницей, что письменные отчеты-презентации обычно более структурированы и детализированы. Основное правило письменного анализа кейса заключается в том, чтобы избегать простого повторения информации из текста, информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения. Письменный отчет – презентация может сдаваться по истечении некоторого времени после устной презентации, что позволяет более тщательно проанализировать всю информацию, полученную в ходе дискуссии.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями,

научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, её объем по курсу «Психология маркетинга и рекламы в торговле» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Основы психологии маркетинга и рекламы	1. Место психологии бизнеса и рекламы в системе научного знания. 2. Предмет и задачи дисциплины	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации творческого задания	Презентация творческого задания на ситуационном практикуме
Тема 2. Модели влияния рекламы	1. Ответственность бизнеса перед потребителем. 2. Социальная ответственность бизнеса перед персо-	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами ин-	Презентация аналитического задания на ситуационном практикуме

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	налом.	формационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации аналитического задания	
Тема 3. Измерение влияния рекламы	1. Психологический аспект маркетинго-рекламного исследования	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации аналитического задания	Презентация аналитического задания на ситуационном практикуме
Тема 4. Психологические основы потребительского поведения и влияния рекламы	1. Психологические особенности рекламного процесса в зависимости от стадий жизненного цикла товара/услуги.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации аналитического задания	Презентация аналитического задания на ситуационном практикуме
Тема 5. Формальные аспекты оформления рекламы	1. Психологические факторы эффективности рекламы в сфере бизнеса в современной России	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации аналитического задания	Презентация аналитического задания на ситуационном практикуме
Тема 6. Содержательные аспекты оформления рекламы	1. Психологические особенности восприятия наружной рекламы	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации	Презентация кейс-задания на ситуационном практикуме

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы само-стоят. работы	Форма текущего контроля
		кейс-задания	

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. 1.Мандель, Б.Р. Психология рекламы: иллюстрированное учебное пособие для студентов высших учебных заведений (бакалавриат, магистратура) / Б.Р. Мандель. – Изд. 2-е, стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 381 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

Дополнительная литература

1. Болотова, А.К. Прикладная психология в бизнес-организациях: методы фасилитации / А.К. Болотова, А.В. Мартынова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 320 с. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/
2. Кошелева, А.Н. Психолого-информационное обеспечение рекламы : учебно-методический комплекс / А.Н. Кошелева ; Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена. – Санкт-Петербург : Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (РГПУ), 2015. – 28 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/
3. Исаев, А.А. Продажи и эмоции / А.А. Исаев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. – 74 с. : ил., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Российская ассоциация маркетинга	http://www.ram.ru
2.	Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru
3.	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
4.	Маркетолог	http://www.marketolog.ru
5.	Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе	http://www.aup.ru
6.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
7.	Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН	www.isprras.ru
8.	Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения	www.wciom.ru
9.	Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр»	www.levada.ru
10.	Институт научной информации по общественным наукам	http://www.inion.ru/
11.	Российская государственная библиотека// электронный каталог	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
12.	Национальная электронная библиотека	http://www.rusneb.ru
13.	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
14.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Творческое задание	**1. Творческая часть (максимум 6 баллов):** 5-6 – четко сформулирована цель задания, логично выстроено содержание задания, выполнены все этапы выполнения задания сделанные выводы хорошо аргументированы, представленные результаты подкреплены необходимыми доказательствами, доказана эффективность и целесообразность предложений; 3-4 – цель сформулирована, выполнены не все задания или имеются ошибки при выполнении заданий, результаты не полностью обоснованы, доказательство необходимости реализации предложений не представлены в полной мере; 1-2 – этапы и очередность выполнения задания выполнены не в полной мере, нарушена последовательность, при подготовке использовались данные из открытых источников, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, не оценена целесообразность использования результатов. **2. Выступление (максимум 7 баллов):** 6-7 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 4-5 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-3 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 7 баллов):** 6-7 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 4-5 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1-3 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 20 баллов**
2	Аналитический отчет	**1. Исследовательско-аналитическая часть (максимум 5 баллов):** 4-5 – собран информационный материал из различных ис-

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		точников, использование актуальных вторичных данных, четко сформулирована и достигнута цель, задачи исследования выполнены, разработана гипотеза, логично выстроена последовательность проведения исследования, выводы хорошо аргументированы, выявлена потребность сбора первичных данных; 2-3 –информационный материал из нескольких источников, сформулирована цель исследования, разработана гипотеза, выводы нуждаются в дополнительной аргументации, цель достигнута не в полной мере, не все задачи выполнены; 1 – информационный материал и частично само исследования заимствованы из открытых источников, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы. **2. Защита (максимум 5 баллов):** 4-5 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 2-3 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 5 баллов):** 4-5 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 2-3 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 15 баллов**
3.	Кейс-задание	**1. Содержательная часть (максимум 6 баллов):** 5-6 – четко сформулирована цель задания, полноценно раскрыты вопросы кейса, логично выстроено содержание, проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны необходимые доказательства для подкрепления выводов; 3-4 – полноценно раскрыты вопросы кейса, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично дана доказательная аргументация сделанных выводов; 1-2 – ответы на вопросы кейса раскрыты не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы. **2. Выступление (максимум 7 баллов):** 6-7 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 4-5 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-3 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 7 баллов):** 6-7 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 4-5 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1-3 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 20 баллов**

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания к практическим занятиям</u>

Практическое задание № 1

Форма практического задания: творческое задание

Тематика для творческих заданий (готовится в виде презентации):

1. Приведите примеры эффективных программ лояльности для клиентов.
2. Создание имени. Приведите удачные и неудачные примеры нейминга. Проанализируйте, какие ошибки были допущены.
3. Упаковка. Приведите примеры удачного и неудачного дизайна упаковки различных товаров.
4. Приведите примеры рекламы товаров, направленных на детей. Чем именно отличается реклама этих товаров.
5. Приведите примеры адаптации бренда при выходе на международные рынки сбыта с учетом культурных различий.

Практическое задание № 2

Форма практического задания: аналитическое задание

Вспомните рекламные сообщения, вызывающие у вас апатию и неприязнь. Приведите пример (в презентации, можно включить видеоролик). Попробуйте объяснить с психологической точки зрения, почему это происходит? Что не учли в данном ролике? Какой, на Ваш взгляд, должен был быть посыл рекламного сообщения? Приведите примеры их осуществления и нарушения в рекламе, которую вы смотрите по телевизору.

Практическое задание № 3

Форма практического задания: аналитическое задание

Проведите маркетинговое исследование, направленное на запоминание рекламы:

Выберите товарную категорию.

Выясните у респондентов:

- какие торговые марки они знают в рамках выбранной товарной категории;
- рекламу какой торговой марки они видели;
- могут ли они вспомнить сюжет рекламы;
- продемонстрируйте обезличенный ролик (без упоминания торговой марки), смогут ли респонденты идентифицировать торговую марку по рекламному ролику;
- какое у них отношение к рекламе;
- спросите, какой бренд из указанной товарной категории, они приобретают.

Результаты исследования подготовить в виде презентации.

Практическое задание № 4

Форма практического задания: аналитическое задание

Приведите пример рекламы. Какое впечатление призвана сформировать данная реклама с точки зрения целостной психологии.

Приведите пример рекламы, привлекающей внимание, вызывающей любопытство и вовлеченность.

Приведите пример рекламы с яркой эмоциональной составляющей. На какие эмоции направлена данная реклама. Постарайтесь привести примеры рекламы, вызывающей не только умиление и позитивные эмоции, но и страх, гнев и другие негативные эмоции. Проанализируйте желание потребителя приобрести рекламируемый продукт.

Задания готовятся в виде презентации.

Типовые кейс-задания

Кейс-задание: Продажи медико-психологических услуг в Facebook

- Предоставление медико-психологических услуг (детская реабилитация, массаж, сенсорная интеграция), а также проведение обучающих курсов, семинаров и тренингов для родителей и специалистов. Продвижением проекта в онлайн и офлайн форматах занимается команда заказчика.

Поставленные задачи перед SMM-продажником:

1. Повысить узнаваемость проекта и личного бренда заказчика в социальных сетях.
2. Привлечение целевых подписчиков на бизнес-страницу в Facebook.
3. Увеличение лояльности подписчиков сообщества: потенциальных и уже существующих клиентов.

4. Освещение и продвижение офлайн и онлайн мероприятий: курсы, семинары, вебинары, тренинги, групповые занятия и личные консультации.
5. Привлечение участников на регулярные и текущие мероприятия.
6. Настройка и ведение таргетированной рекламы. Одновременно отрабатываются 2-3 задачи в месяц. Например, привлечение новых подписчиков на страницу, продажа очного семинара и онлайн курса.
7. Увеличение роста показателей эффективности продвижения в социальной сети Facebook.

Работа, которая была проведена по ведению бизнес-страницы и продвижению проекта в Facebook за время сотрудничества

Оформление и настройка бизнес-страницы:

- создание и смена обложек с учетом актуальных мероприятий и событий, с обязательным адаптированием под мобильный трафик;
- аудит и донастройка разделов страницы;
- создание и заполнение блока истории;
- корректировка и наполнение вкладок страницы (отзывы, магазин, видео, прямые эфиры, мероприятия);
- настройка приветственного сообщения в Messenger для новых посетителей страницы.

Создание контент-плана и рубрикатора

Разработка и создание рубрикатора и контент-плана проводится с учетом сегментов ЦА, их болей, страхов и желаний. Также при создании контент-плана всегда ведется привязка к текущим и будущим запланированным мероприятиям и событиям.

Используются следующие виды контента:

- полезный;
- обучающий;
- тематический;
- продающий;
- развлекательный.

Параллельное применение стратегий долгосрочных и быстрых продаж, в том числе с использованием личного бренда заказчика.

Прямые эфиры

Регулярное проведение прямых эфиров на бизнес-странице с последующим использованием данного видеоматериала для создания полезного и обучающего контента.

Чат-бот

Активное использование чат-бота, как инструмента вовлечения и прогрева аудитории в воронке долгосрочных и быстрых продаж.

Таргетированная реклама

Использование таргетированной рекламы, как для продажи отдельных курсов и семинаров, так и для привлечения целевой аудитории на сайт и бизнес-страницу для прогрева и долгосрочных продаж.

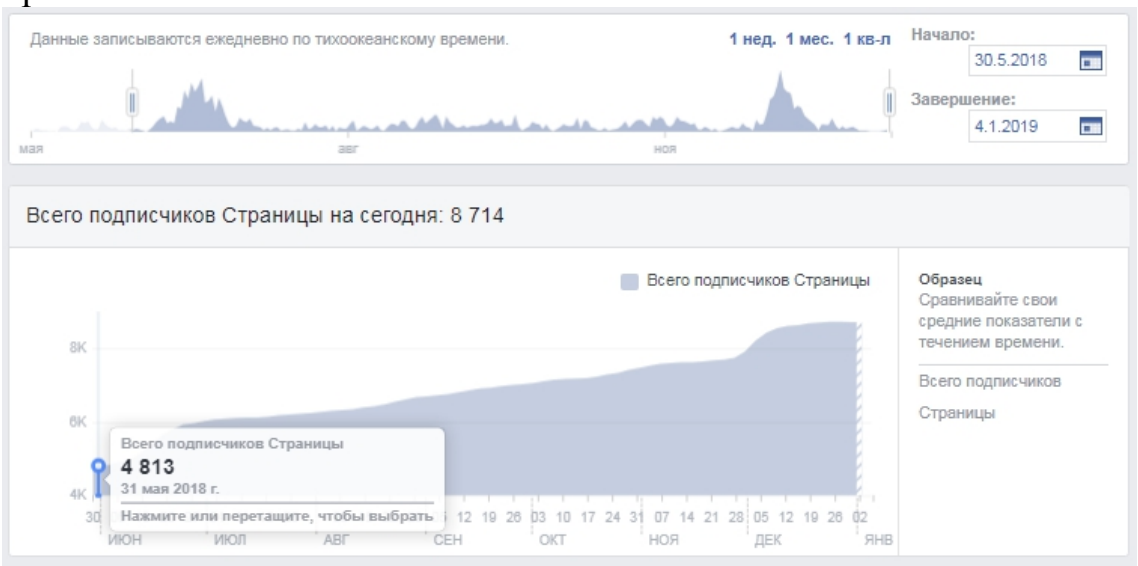
Целевая аудитория в Facebook

Женщины от 25 до 44 лет. Присутствует довольно высокий процент вовлечения: от 36 до 50%, что говорит о высокой заинтересованности данной аудитории темой проекта.

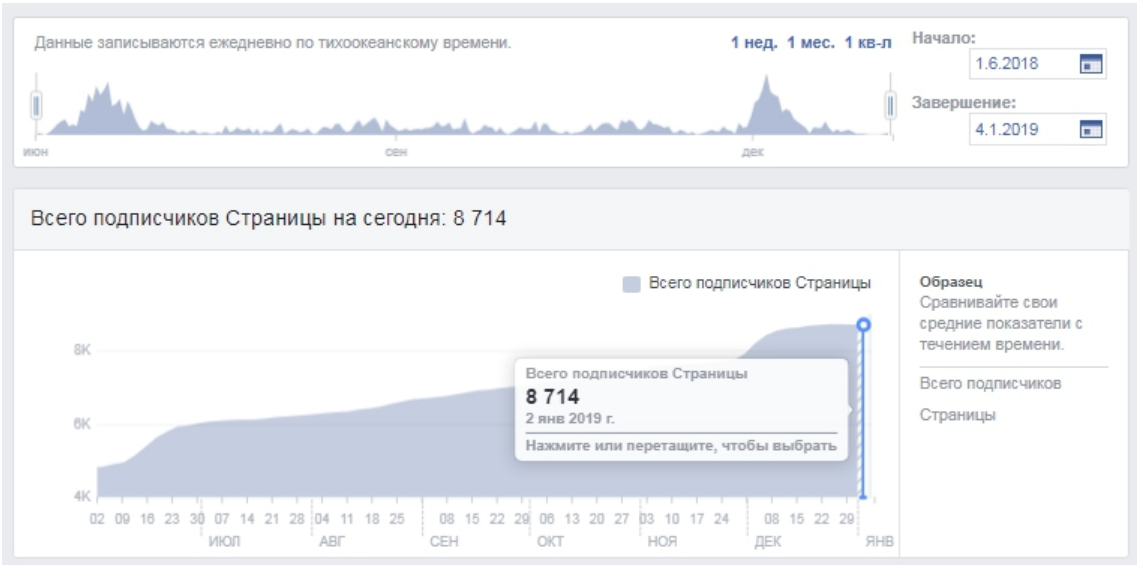


Рост числа целевых подписчиков

Количество подписчиков на бизнес-странице на момент начала работы с проектом составляло 4813 человек.



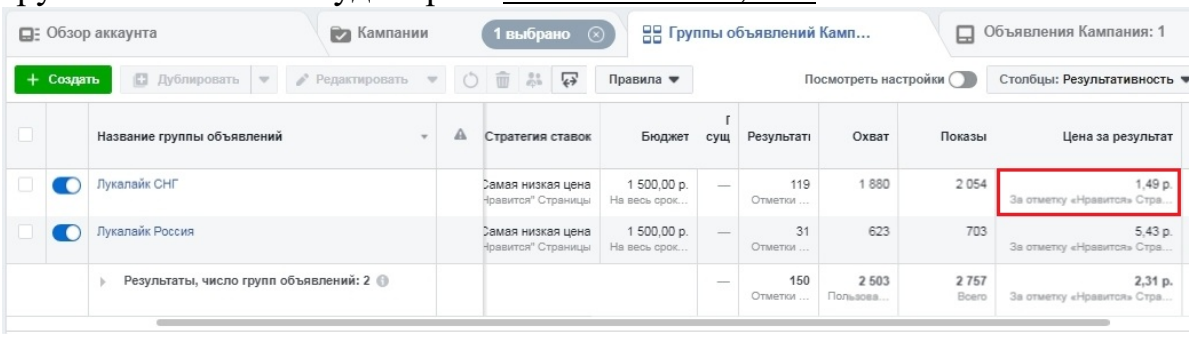
По итогу семи месяцев работы количество подписчиков выросло до 8714. По состоянию на 2 января 2019 года прирост сообщества составил 3901 человек.



О цене подписчика

Цена подписчика, привлеченного с помощью таргетированной рекламы, варьируется в зависимости от сегмента целевой аудитории. В одной из текущих рекламных кампаний средняя цена подписчика составляет 2,31 рублей.

Минимальную цену за подписку 1,49 руб, на данный момент показывает группа объявлений аудитории Lookalike СНГ, 1%.



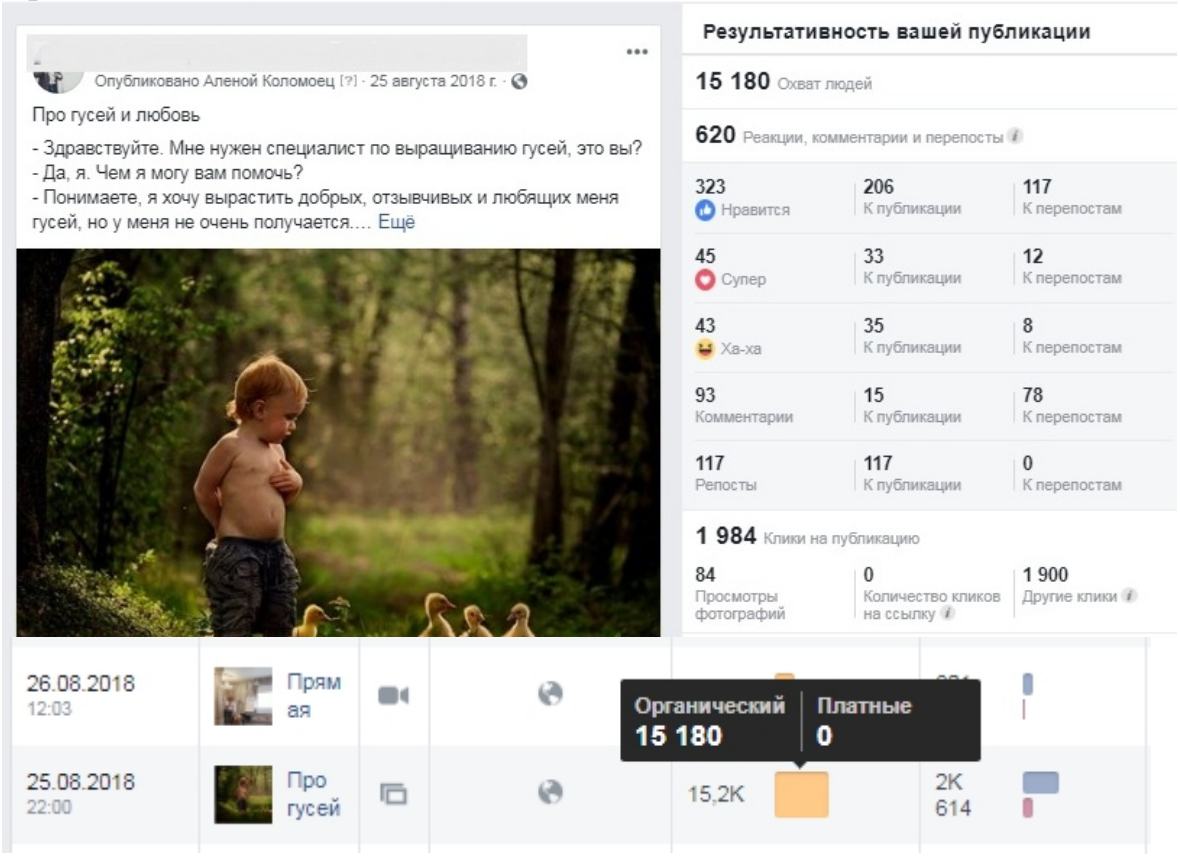
Привлечение целевой аудитории на страницу осуществлялось, как счет рекламы, так и за счет органического охвата. Люди сами довольно активно подписываются и вовлекаются в общение на странице сообщества.

Примеры удачных постов

Данные посты имели хороший органический охват и приводили новых подписчиков на страницу без вложения средств.

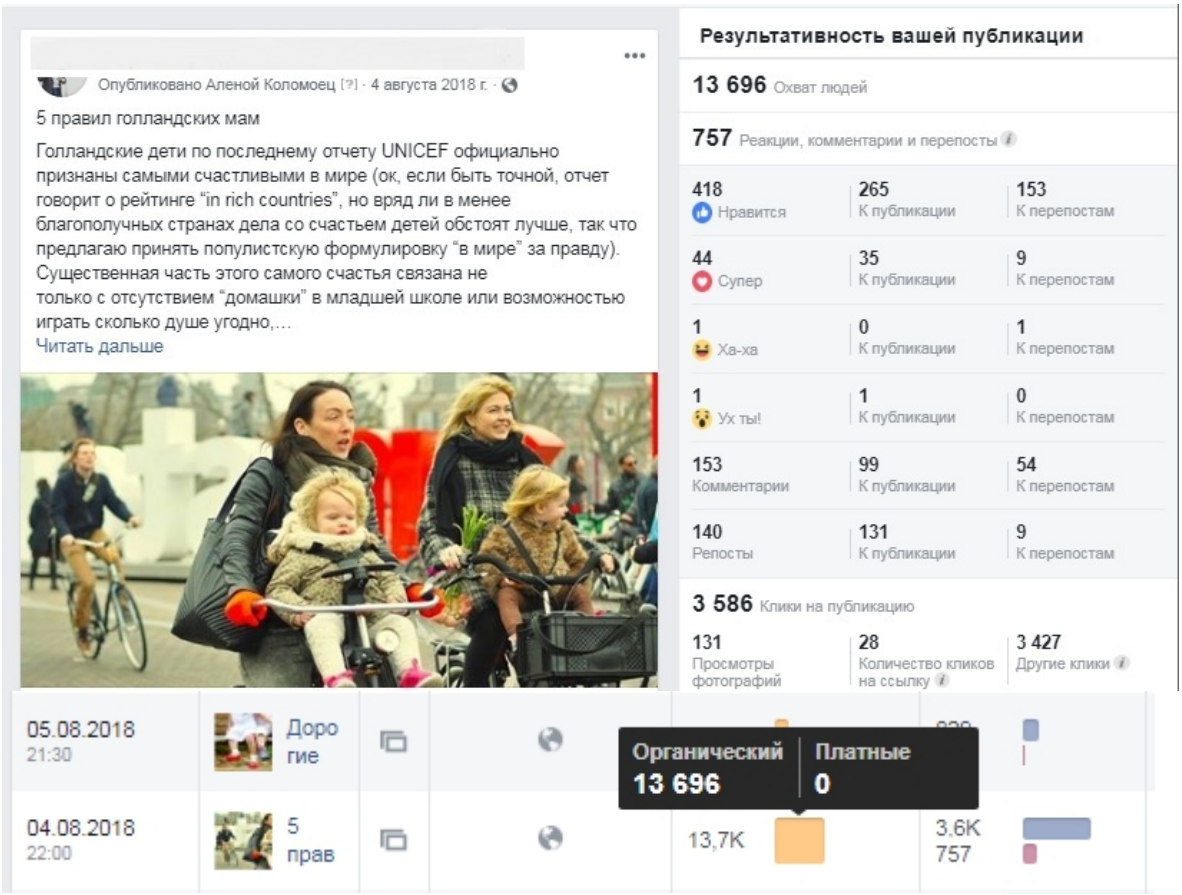
Пост № 1. Текст + изображение

Органический (бесплатный) охват поста составил 15 180 человек.



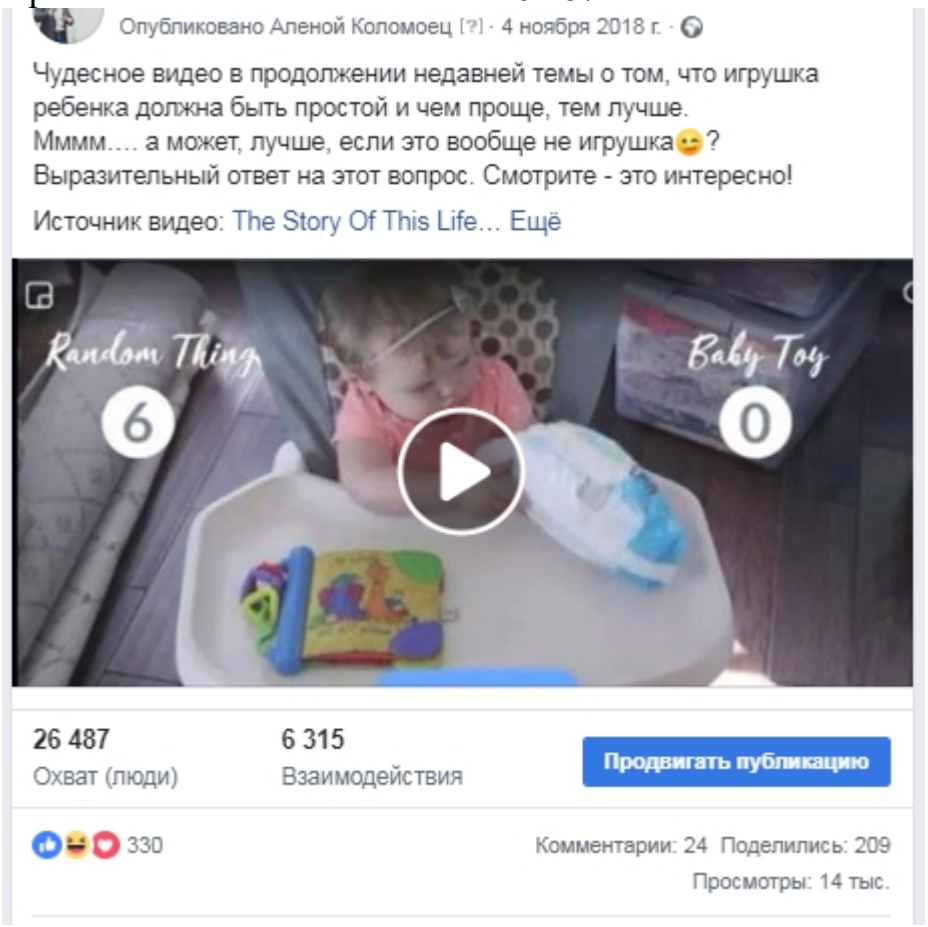
Пост №2. Текст + изображение

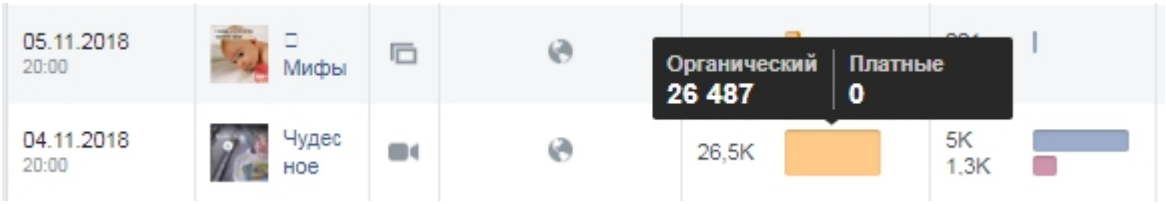
Органический охват составил 13 696 человек.



Пост №3. Текст + видео

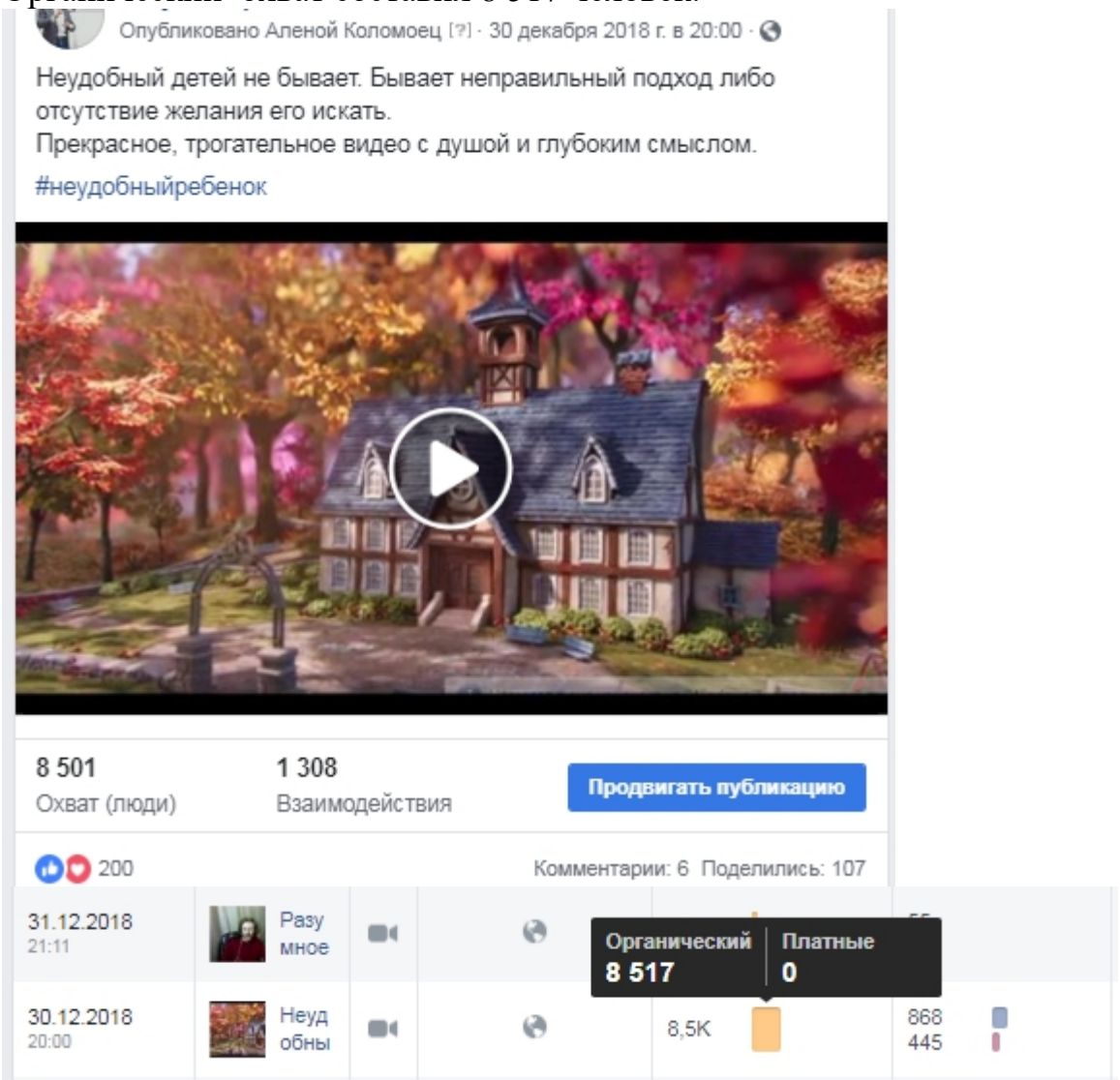
Органический охват составил 26 487 человек.





Пост №4. Текст + видео

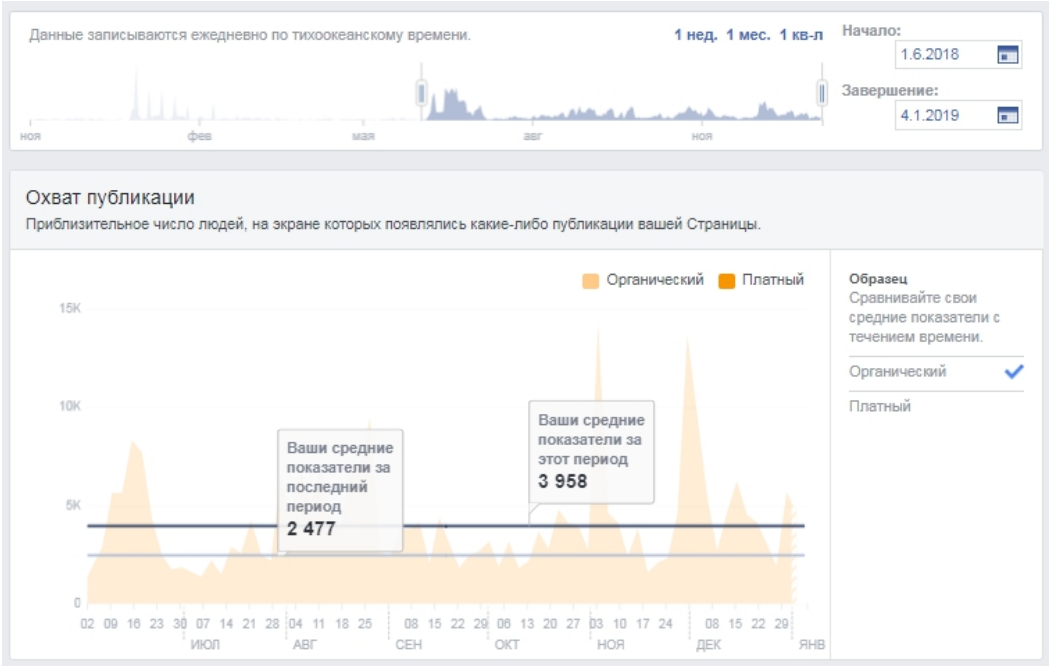
Органический охват составил 8 517 человек.



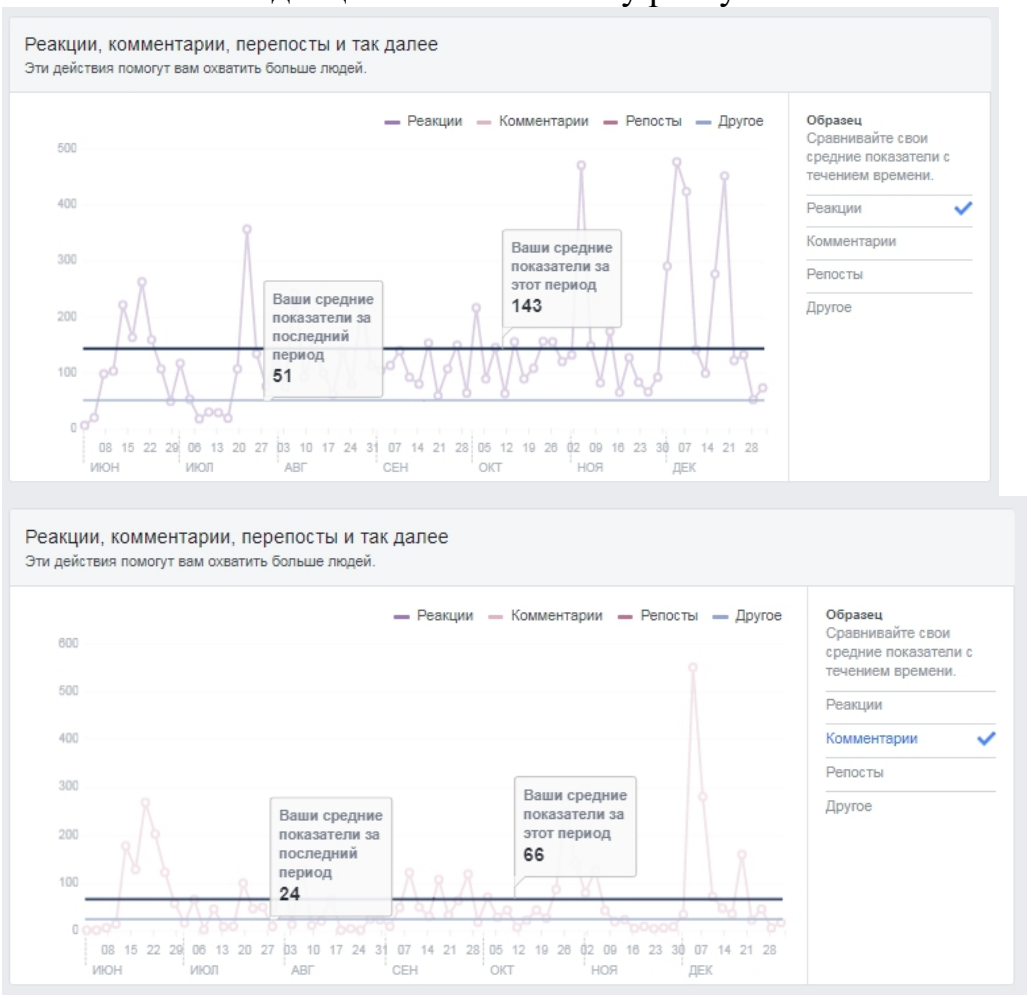
Весь контент, который публикуется на странице, подбирается с учетом интересов целевой аудитории, поэтому с привлеченной аудиторией впоследствии ведется активная работа в рамках стратегии долгосрочных продаж.

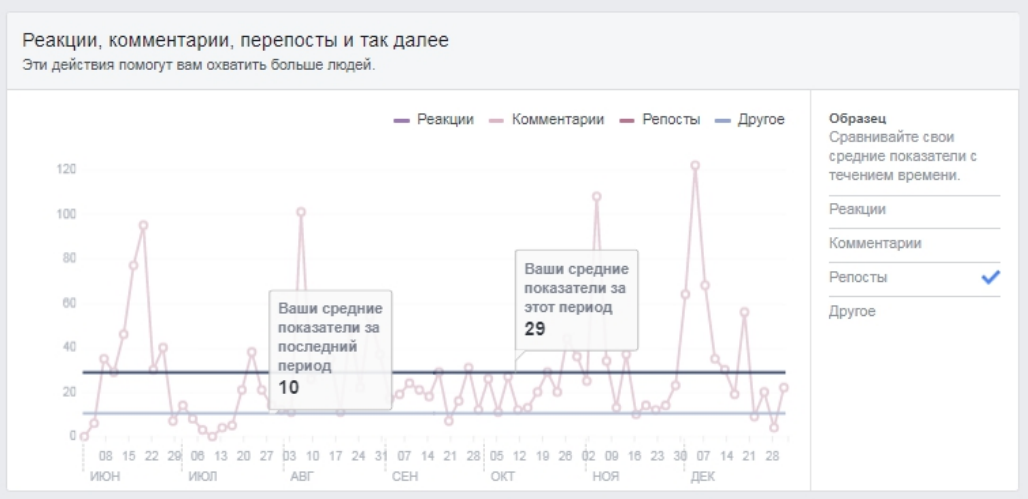
О росте органического охвата

Рост органического охвата публикаций страницы на протяжении всего периода работы с проектом имеет очень хорошую динамику. Показатели прошлого периода — 2477 человек в день. Средний дневной показатель на данный момент составляет 3958 человек, что говорит об уверенном активном росте, не смотря на действия Facebook по ограничению и снижению органического охвата.



Такие показатели вовлеченности, как реакции, комментарии и репосты, также имеют тенденцию к постоянному росту.



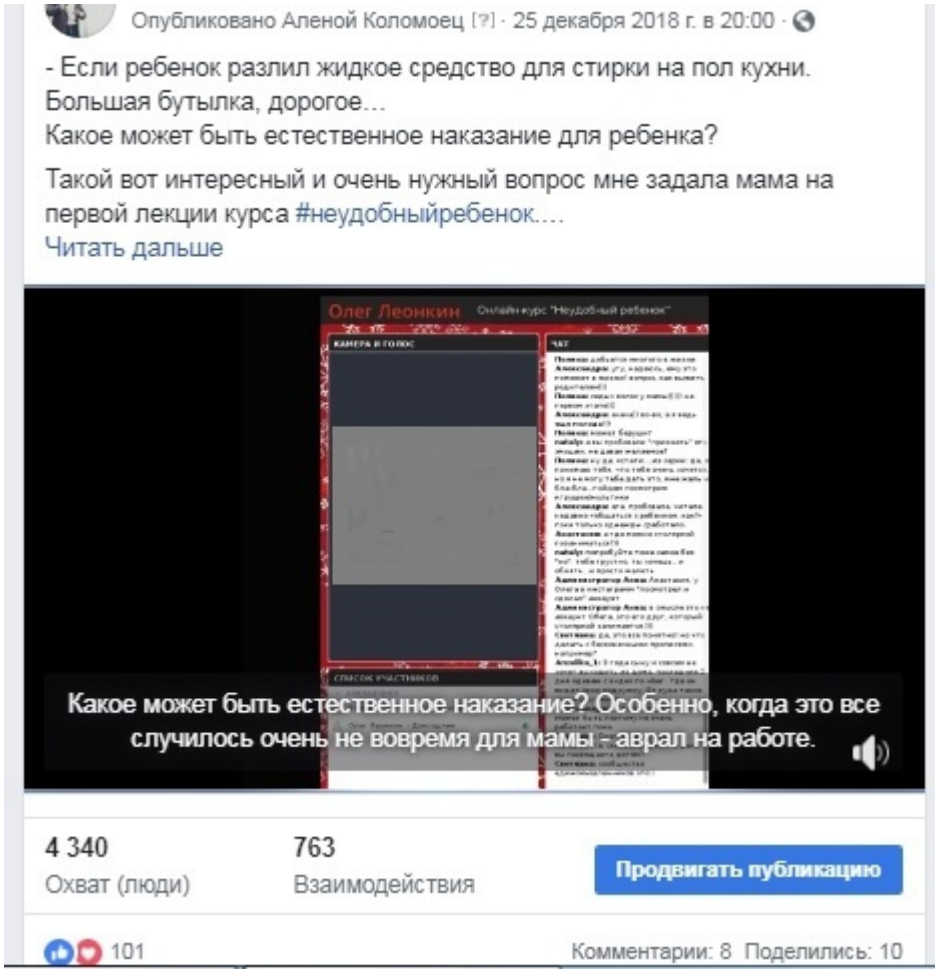


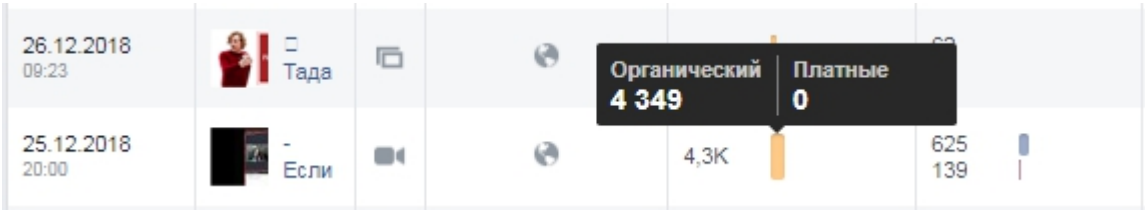
Особенности видео

Хорошие охваты и отклик у подписчиков имеют посты формата текст + видео. Поэтому на странице регулярно публикуются полезные и обучающие короткие видео, где заказчик, как специалист, показывает свой профессионализм и экспертность.

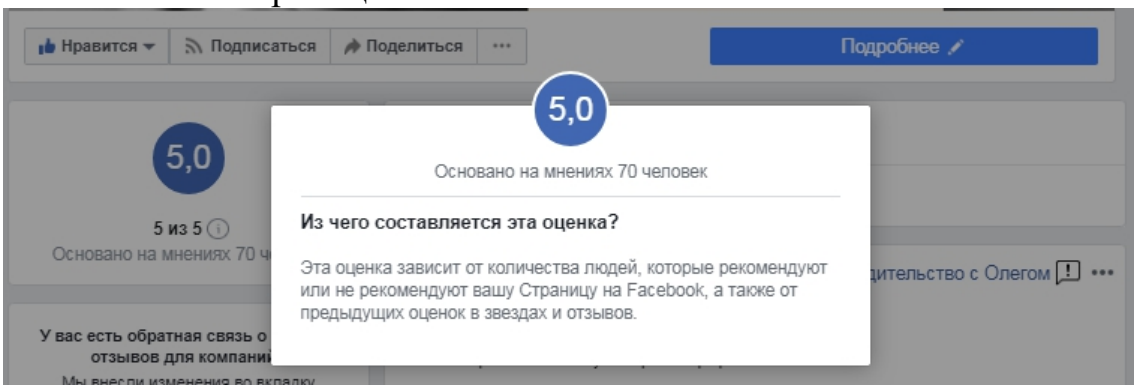
Все видео обязательно оформляются субтитрами с целью повышения вовлечения и глубины просмотра. Так как не всегда у человека есть возможность смотреть со звуком, видеоролики без субтитров значительно проигрывают в вовлечении.

Пример такого поста с видео, органический охват которого составил 4 349 человек.





Отзывам клиентов уделяется особое внимание. Регулярно проводится работа, направленная на сбор новых отзывов для специального блока «Отзывы» на бизнес-странице.



Отзывы в свою очередь, регулярно используются для продающих и репутационных постов.



Также с разрешения участников курсов и мероприятий, скриншоты их отзывов группируются и публикуются в отдельных фотоальбомах на странице. Таким образом, потенциальные покупатели могут наглядно ознакомиться с впечатлениями и результатами людей, которые уже успели приобрести тот или иной курс, что может послужить для них дополнительной точкой опоры при принятии решения о покупке.

О прямых эфирах

Прямые эфиры являются неотъемлемой важной составляющей воронки, как долгосрочных, так и быстрых продаж. Они проводятся на странице регулярно.

Цели эфиров:

- познакомить подписчиков со специалистом;
- повышать уровень доверия;
- как следствие, приводить к продажам.

Как обучает на курсе Виталий Пронин на занятиях по видеомаркетингу в

Facebook, не стоит пренебрегать несколькими минутами короткой рекламы в конце полезного и качественного прямого эфира. Практика показывает, что это работает, поскольку практически каждый прямой эфир приводит к нескольким продажам.

Как собирается аудитория по шагам

Аудитория зрителей на прямые эфиры собирается с помощью инструмента чат-бота Growth Tools — Facebook Comments.

Это происходит следующим образом:

1. На странице публикуется пост-анонс об эфире, написанный по правилам правилам SMM-копирайтинга от Лары Костровой, в котором людям предлагается подписаться на напоминание перед началом открытого эфира. Подписанные люди из поста включаются в первую группу собранной аудитории бота.
2. Далее приступаем к следующему шагу: на всю собранную аудиторию бота, которая на данный момент составляет 4697 человек, также осуществляется анонсная рассылка об эфире. Анонс дополняется кнопкой, при помощи которой, все желающие также могут подписаться на напоминание об эфире. Из этой рассылки формируется вторая группа собранной аудитории, которые попросили уведомить их о старте.
3. Итого имеем две группы людей, которым в день эфира, перед самым началом делается рассылка с приглашением на эфир.
4. Завершающим циклом мини-воронки по работе с аудиторией, собранной на прямой эфир, является пост-рассылка в мессенджер, которая осуществляется на всех подписанных людей. Эта рассылка делается на следующий день.

О рассылке

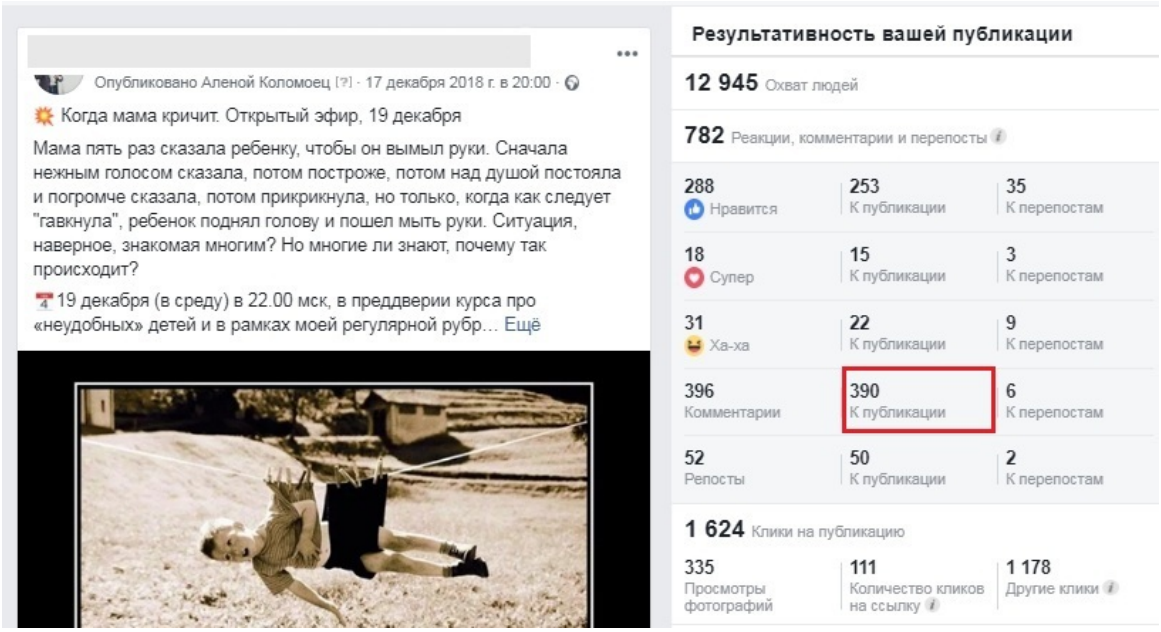
Как правило, эта рассылка включает в себя несколько плюшек (например, ссылка на запись эфира, какой-либо бонус или любое другое предложение), а также мягкое ненавязчивое предложение о покупке того или иного продукта, в рамках продажи которого и был непосредственно организован данный эфир.

В зависимости от ситуации и задач конкретного эфира принимается решение о поднятии анонса на индивидуализированные аудитории.

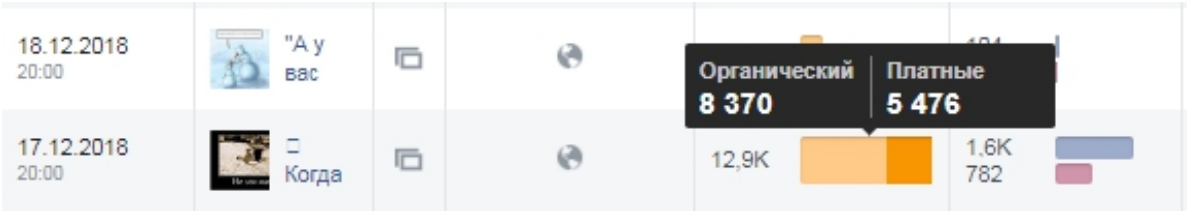
Как подключить чат-бот ManyChat к бизнес-странице и настроить работу, подробно рассказывается на одном из уроков курса «SMM-продажник от Лары и Пронина».

Пример

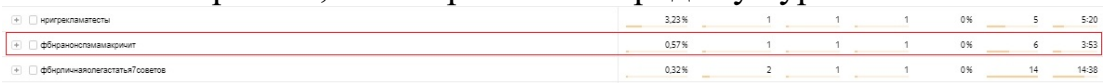
Анонс прямого эфира, на который подписалось 390 человек.



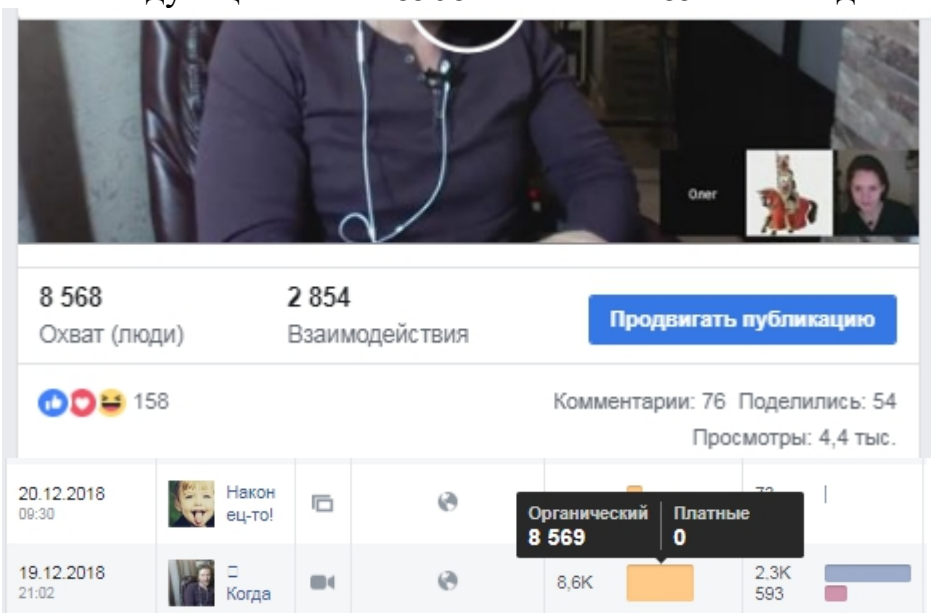
Так как данный эфир проводился в рамках продажи онлайн-курса, для более широкого охвата анонс поднимался на индивидуализированную аудиторию трафика сайта. В итоге органический охват составил 8370 человек, платный – 5476.



Целью данного анонса было привести людей на прямой эфир, но в тексте поста также использовалась методика скрытых продаж Лары Костровой «Собачка Маркиза», и это принесло 1 продажу курса.



Показатели органического охвата и вовлеченности самого прямого эфира были следующие: охват 8568 человек и 2854 взаимодействия.

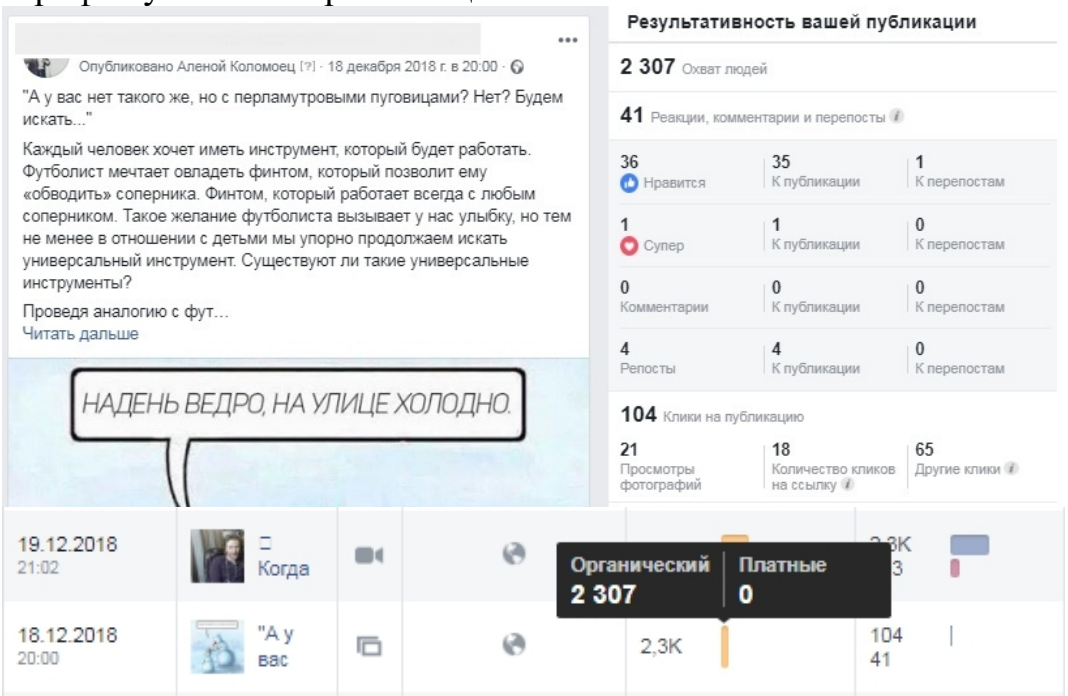


Что делаем после эфира

Записи удачных прямых эфиров используются мной для нарезки видео роликов, которые публикуются на странице в качестве полезного и обучающего видео (формат поста текст + видео).
Хочу отметить, что аудитория подписчиков страницы и тех, кто активно взаимодействует со страницей, довольно хорошо вовлекается, переходит на сайт и совершает покупки даже без поднятия постов и таргетированной рекламы.
Практически с каждого не только продажного, но и полезного или тематического поста, который публикуется в рамках продвижения определенного курса или семинара, происходят продажи на чистой органике без вложения средств на рекламу.
Приведу несколько примеров таких постов.

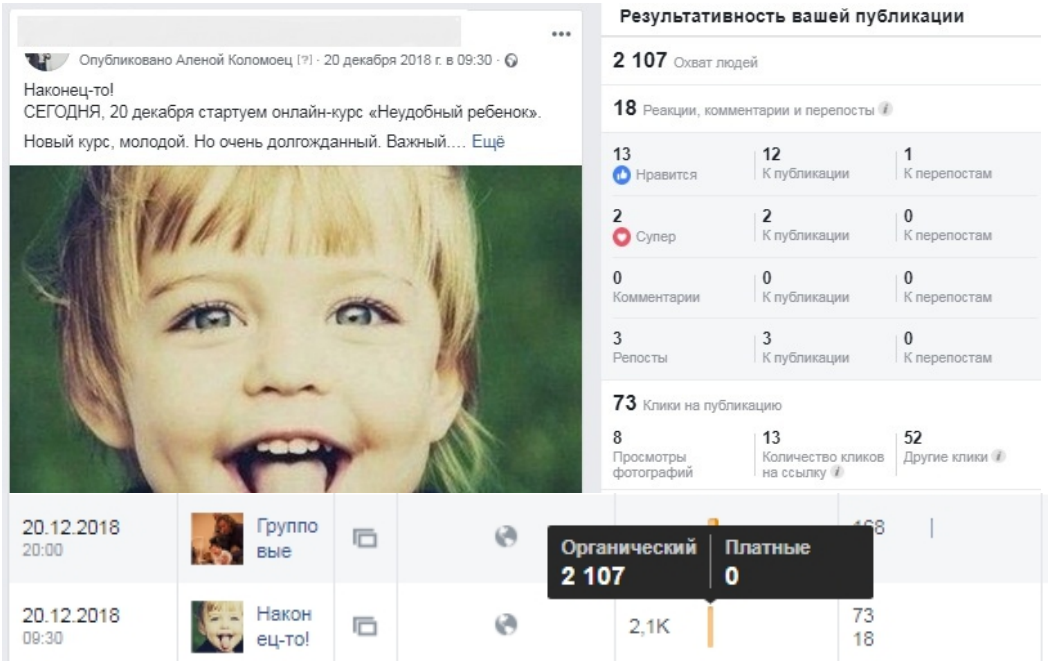
Пост №1

Продающий пост, который анонсировал первую лекцию онлайн-курса, несмотря на достаточно небольшие показатели охвата и вовлеченности принес 3 продажи, что составило по средним подсчетам 18 000 рублей. Точно сказать нельзя, так как курсом было предусмотрено несколько различных тарифов участия по разным ценам.

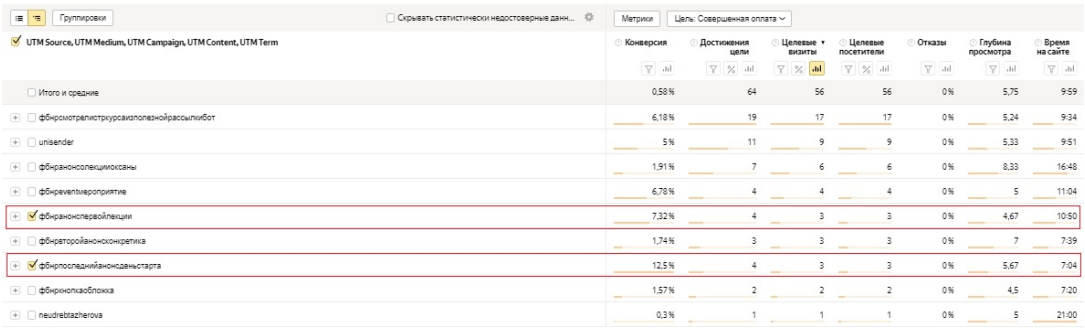


Пост №2

Продающий пост, который публиковался на странице в день старта онлайн-курса, также принес 3 продажи.



Результаты продаж, зафиксированные в Yandex.Metrika:



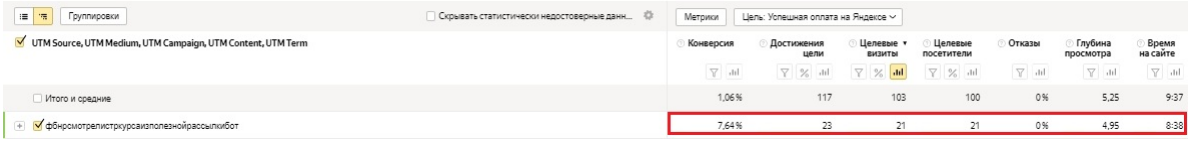
О чат-боте

Как уже упоминалось ранее, в стратегии долгосрочных и быстрых продаж активно используется чат-бот.

Для продвижения и продажи текущих мероприятий, помимо построения общей воронки продаж, создается своя индивидуальная воронка бота, которая реализует сразу несколько задач:

- привлечение в базу бота новой целевой аудитории;
- прогрев уже имеющейся аудитории;
- непосредственно продажи (на конечном этапе воронки).

Для примера: при продвижении одного из онлайн-курсов, только с помощью воронки чат-бота удалось получить 21 продажу. Средняя стоимость участия была около 6000 рублей. Итого, общая сумма от продаж составила более 120 000 рублей.



Задания к кейсу:

6. Что изменилось в результате внедрения бизнес-страницы?
7. Как Вы оцениваете результаты продвижения проекта в социальной сети Facebook?
8. Приведите пример эффективного продвижения компании (товара) в со-

циальных сетях.

Практическое задание № 6
Форма практического задания: ситуационное задание

Задача № 1. Выбор видов и способов распространения рекламы

В результате введенного в середине 80-х гг. правительством Ирландии налогообложения, приносившего не менее 50% дохода с цены каждого проданного автомобиля, произошел резкий спад продаж машин на ирландском рынке. К этому времени рынок страны был насыщен различными моделями и модификациями автомобилей, приспособленными к его требованиям. Проводимая до 1987 г. рекламная кампания по продвижению автомобилей "Лада" не создала благоприятного мнения о них как о конкурентоспособном, дешевом и удобном способе передвижения.

Таким образом, сложились неблагоприятные условия для выхода на рынок Ирландии нового советского автомобиля.

Были проведены следующие мероприятия:

Права продажи автомобилей "Лада" в Ирландии переданы фирме SATRA (Soviet American Trade Association).

В стране создана новая дистрибьюторская сеть.

Для разработки и проведения новой рекламной кампании выбрана рекламная фирма Hill Dublin.

Фирма Hill Dublin увидела в высоком налогообложении не препятствие, а союзника, поскольку налог должен стимулировать повышенный спрос на автомобили с низкой стоимостью, какими и являются автомобили "Лада". В этой же ситуации цена более чем когда-либо стала решающим фактором для многих ирландских семей. Предлагалось главное внимание уделить рекламе преимуществ автомобилей "Лада" (прочность, надежность, низкая цена) и изменению негативного отношения к ним со стороны местного рынка.

Главной целью рекламной кампании было создание атмосферы доверия к автомобилям из России, соответствующим требованиям ирландского рынка, создание образа "Лады" как надежной и прочной машины - идеальной покупки для городских и сельских жителей.

Для этого выделялось следующее:

максимальное распространение информации, подтверждающей прочность, надежность автомобилей и разумное применение денег в случае приобретения автомобиля именно этой марки;

обеспечение наличия на рынке полной информации о всех представителях автомобилей "Лада";

выделение успеха автомобилей "Лада" в Великобритании и в других странах, например Дании, где налоговая система обложения сходна с ирландской;

акцентирование внимания на качественном послепродажном обслуживании автомобилей;

максимальное использование средств массовой информации.

Целевыми группами рекламного воздействия являлись сельские и городские покупатели с невысоким уровнем дохода; сельские автолюбители, нуждающиеся в прочных и надежных машинах; автовладельцы, намеревающиеся приобрести для своей семьи второй автомобиль; покупатели, рассчитывающие на приобретение только подержанного автомобиля.

Для рекламного воздействия использовались средства формирования спроса и стимулирования сбыта, использованные фирмой Hill Dublin:

средства массовой информации: общенациональные органы печати, провинциальная (местная) пресса; специализированные (профессиональные) органы печати для автолюбителей; разделы для автолюбителей в органах печати общего направления; деловая пресса; радиопередачи для деловых людей и автолюбителей; телевидение;

мероприятия, содействующие продажам:

деловые ланчи для представителей органов печати общего и специального (автомобильного) характера;

контроль за состоянием автомобилей, находящихся в пользовании у отдельных журналистов, для того, чтобы предложить им автомобиль "Лада";

организация для ведущих журналистов поездок в Великобританию на головную фирму LADA CARS, занимающуюся переоборудованием автомобилей "Лада" в соответствии с требованиями ирландского рынка;

участие в спонсорской деятельности при организации различных престижных мероприятий местного и общенационального масштаба;

организация знакомства руководства фирмы LADA CARS, занимающейся продажей автомобилей, с известными политическими деятелями страны;

организация специальных интервью для ведущих органов печати.

В результате проведенной кампании к концу 1987 г. было продано 1200 автомобилей (предполагалось продать 350 автомобилей).

Вопросы и задания

Проанализируйте основные направления рекламной кампании фирмы Hill Dublin. Какое из них вы считаете наиболее эффективным? Объясните почему.

Как позиционировались автомобили "Лада" на рынке Ирландии?

Опишите целевые сегменты рынка фирмы SATRA.

Задача № 2. Разработка эффективного текста рекламы

Два партнера организовали фирму с небольшим штатом работников, которая занимается изготовлением стульев, канапе и табуретов отличного качества и разных конструкций. Их основные торговые точки - несколько лондонских магазинов. Переехав в новое помещение в пригороде, партнеры решили расширить производство, для чего им было необходимо подыскать новых торговцев в радиусе 100 км от своего предприятия. Они обратились в несколько магазинов в выбранном районе, но большинство из них гораздо меньше лондонских и заинтересованы в рекламе.

Партнеры начинают понимать, какую роль может сыграть реклама в налаживании распределения. После некоторого размышления они осозна-

ют, что в то же время она обеспечит им и большую степень контроля над процессом продаж.

Изучив данные о рекламных расценках местных журналов и газет, и выделив значительные средства на типографские работы, партнеры пришли к выводу, что проведение пробной рекламной кампании будет обосновано. Особый интерес для потребителей представляют преимущества предлагаемого товара, включая и методы его производства. Характеризуя продукцию партнеров, можно выделить следующее:

- типы производимой мебели. Стулья обеденного набора, в том числе резные, двух видов. Кресла для отдыха и канапе трех видов. Табуреты кухонные, для баров и сада;

- материалы. Лучшие сорта выдержанных тиса, дуба и красного дерева или других пород на заказ. Отборные древесина и фанера тщательно подобраны друг к другу. Обивка из лучших сортов кожи и тканей ручной выработки;

дизайн. Модели созданы ведущими промышленными дизайнерами;

производство. После машинной обработки каждая деталь проходит тщательную проверку и при необходимости доводится перед сборкой вручную. Каждое изделие перед вощением или полировкой проверяется специалистами с помощью традиционных методов контроля. Обивка изготовляется ремесленниками, которые также пользуются традиционными приемами труда и материалами. Перед отгрузкой каждое изделие самым тщательным образом проверяется и принимается одним из партнеров;

- гарантии. За исключением случаев естественного износа, случайного повреждения или преднамеренно неправильного использования каждое изделие имеет гарантию пятилетнего срока службы. Для поддержания репутации производителя изделий исключительного качества, фирма всегда в полной мере выполняет свои гарантийные обязательства.

Вопросы и задания

Сформулируйте основополагающие заявления для рекламного сообщения, позволяющие позиционировать товар.

Определите наиболее подходящий слоган для рекламного сообщения.

Напишите текст рекламного сообщения (15-20 строк).

Задача № 3. Создание телевизионного рекламного ролика

Рекламное агентство получило заказ на создание телевизионной рекламы лыж, творога и крупной авиакомпании.

Представьте себе, что творческая группа по телерекламе - это Вы. Попробуйте описать содержание ролика для каждого из объектов рекламирования, используя предлагаемый план:

А. Коммерческая идея в рекламе (что демонстрировать).

замысел нового товара;

новая модель товара;

новая особенность товара;

новая форма, размер, упаковка;

компоненты;

процесс производства;
фирма (образ);
область применения;
место производства товара;
универсальность;
удобство;
качество;
экономичность;
проблема, "породившая товар";
результаты использования (осязаемые, неосязаемые);
образ жизни пользователей;
преданность (приверженность) пользователей.
удовлетворение пользователей;
количество пользователей.
Б. Основная тональность рекламы или подход к ней:
прямой;
с легким юмором;
с сильным преувеличением.
В. Приемы демонстрации рекламы:
"одинокий товар" - все внимание на товар, без фона или окружения;
ведущий показ "одинокого товара" сопровождается закадровым голосом, объясняющим происходящее на экране;
испытания в экстремальных условиях;
"зарисовка с натуры" - инсценированная ситуация, в которой товар избавляет людей от какой-то существующей в реальной жизни проблемы;
свидетельство в пользу товара - интервью, которое "ведущий" берет у довольного пользователя, или свидетельство известной личности;
документальный показ - драматизация проблемы или подтверждение каких-либо эксплуатационных характеристик;
символизм;
фантастика;
Г. Техника съемки рекламы.
Натурный фильм.
Мультипликация.
Трюковый фильм.
Комбинированный фильм.
Задания
Разработайте и обсудите критерии оценки сценария телевизионного рекламного ролика. Затем группа обучаемых (студентов) разбивается на две команды, каждая из которых составляет свой вариант сценария. После завершения работы команды дают взаимную оценку созданных сценариев по разработанным критериям.
Задача № 4. Разработка рекламы для привлечения туристов
Туристическое бюро Дании - государственная организация. Перед ним поставлена задача увеличить число туристов из зарубежных стран, а также время их пребывания в стране. Основными клиентами компании

бюро считало американцев и японцев. За последние пять лет число туристов из Японии и США увеличивалось на 5-7% в год. Японские группы были более многочисленными, но увеличились всего на 2-3%. Основная проблема заключалась в том, что ни американцы, ни японцы не проводили в Дании свои отпуска.

Корпорация международного туризма на основании маркетинговых исследований сделала вывод, что Дания практически закрыта для нескольких европейских и американских авиалиний, обслуживающих ранее этот район, поскольку туристы, в том числе из интересующих фирму стран, задумывая путешествие в Европу, в первую очередь выбирали Германию, Англию, Францию.

Только 10% из опрошенных американцев и 5% японцев были "немного заинтересованы" посетить Данию, хотя проявили интерес к Франции 40% американцев и 50% японцев. Маркетинговую задачу туристического бюро Дании осложнял также явно возросший интерес туристов к странам Восточной Европы, особенно Польше и Венгрии (30% и 15% американцев и японцев соответственно).

За последние несколько лет у бюро возникли хорошие деловые контакты с рекламными агентствами Нью-Йорка и Токио, которые провели рекламные кампании. Основными средствами рекламы были журналы и газеты. Кроме того, в местные бюро путешествий, а также в другие

организации по их запросам рассылались рекламные буклеты. Однако министр, занимающийся проблемами туризма, был убежден, что нужна более эффективная реклама, и предложил бюро разработать всеобъемлющую рекламную кампанию, которая увеличила бы приток туристов в Данию.

Вопросы и задания

Как бы вы охарактеризовали туристов, желающих посетить Данию или провести там свой отпуск?

Предложите виды и средства рекламы и стратегию проведения рекламной кампании на интересующих бюро рынках туризма.

Какие различия вы бы порекомендовали учитывать (если они существуют) между японскими и американскими туристами, чтобы учесть это при разработке рекламной кампании?

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Психология маркетинга и рекламы в торговле» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Предмет и задачи психологии бизнеса и рекламы.
2. Психологическое содержание предпринимательской и рекламной деятельности.
3. Общие положения гражданских обязательств и социальной ответственности предпринимателя.
4. Основные аспекты социальной ответственности бизнеса перед обществом, потребителем и персоналом.
5. Психологические особенности конструктивных деловых коммуникаций.
6. История развития рекламы (психологический аспект).
7. Экономические факторы развития рекламы в современной России.
8. Основные фазы развития маркетинга.
9. Реклама и маркетинг в сфере бизнеса.
10. Составляющие рекламного процесса: психологические характеристики.
11. Маркетинговые и деловые коммуникации
12. Виды рекламы: психологические достоинства и недостатки.
13. Психологические особенности восприятия рекламы современной российской аудиторией.
14. Теория решения изобретательских задач Г. Альтшуллера.
15. Роль творчества при создании рекламного текста.
16. Теоретические концепции психологии потребительского поведения
17. Виды психологической аргументации в рекламе и стереотипы восприятия рекламы.
18. Рекламная кампания: организация и управление.
19. Психологические характеристики рекламных стратегий.
20. Психологические факторы эффективной рекламной политики.
21. Методы и способы исследования целевой аудитории.
22. Экономическая и психологическая эффективность рекламных мероприятий.
23. Принципы правового регулирования рекламной деятельности.

Задания 2-го типа

1. Психотехнология рекламной стратегии.
2. Когнитивные аспекты рекламного воздействия.
3. Эмоциональный аспект рекламного воздействия.
4. Психология творчества в рекламе.
5. Поведенческий компонент рекламного воздействия.
6. Установки и стереотипы в рекламной практике.
7. Основные этапы становления рекламы.
8. Мода и реклама.
9. Психология восприятия и рекламный бизнес.
10. Психотехнология рекламных средств без обратной связи.

11. Психология слогана и заголовка рекламного текста.
12. Психолингвистика рекламного текста.
13. Психотехнология рекламных средств с обратной связью.
14. Гипнотический подход.
15. Психология корпоративной символики.
16. Методы рекламного воздействия: «использование слоганов», «концентрация на нескольких чертах и особенностях».
17. Психология цвета в рекламе.
18. Коммерческий слоган.
19. Композиция рекламного объявления.
20. Методы рекламного воздействия
21. Структура мотивации потребителей.
22. Психологические закономерности восприятия рекламных текстов.
23. Психологический механизм покупки.
24. Основные компоненты эффективности рекламы.
25. Основные характеристики метода фокус-групп.

Задания 3-го типа

Задание 1. Цветовое решение. Вашему рекламному агентству был сделан заказ на изготовление рекламного плаката, информирующего о том или ином товаре (услуге), деятельности фирмы (товар, услуга или деятельность фирмы выбирается самостоятельно). Задание: В каком цветовом решении должна быть представлена эта реклама? Почему? Дать психологические рекомендации дизайнеру/ художнику по рекламе.

Задание 2. Разработка бренда отечественного вина «Свиристель» Винный производитель, импортер, дистрибьютор и ритейлер ГК «Легенда Крыма» работает на рынке более чем 20. В его портфеле – более 300 Га собственных виноградников в Крыму, собственная ТМ «Легенда Крыма», розничная сеть магазинов «Страна Вина». Ежегодно входит в ТОП10 импортеров тихих вин и ТОП-5 импортеров игристых вин. В планах на ближайшие 3 года — постройка в Крыму современного винного предприятия полного цикла. Продукт – это тихое качественное вино на каждый день, произведенное на современном заводе в Тамани (Россия). Ценовой сегмент — 230 руб. на полке. Название «Свиристель» было изначально придумано заказчиком. Задание: Разработайте рекламную стратегию и дизайн продукта.

Задание 3. Несколько лет назад некоторым зарубежным фирмам пришлось столкнуться с распространением нежелательных слухов о своих товарах. Так, утверждали, что в получаемых с Тайваня пальто гнездятся ядовитые змеи, что фирма «Макдональдс» подмешивает в рубленое мясо для своих бифштексов червей, что конфеты фирмы «Поп-рок» разрушают желудок и т.д. Каким образом может фирма лучше противодействовать этим слухам, используя рекламу?

Задание 4. Несколько лет назад некоторым зарубежным фирмам пришлось столкнуться с распространением нежелательных слухов о своих товарах. Так, утверждали, что в получаемых с Тайваня пальто гнездятся

ядовитые змеи, что фирма «Макдональдс» подмешивает в рубленое мясо для своих бифштексов червей, что конфеты фирмы «Поп-рок» разрушают желудок и т.д. Каким образом может фирма лучше противодействовать этим слухам, используя рекламу?

Задание 5. Мужчины бреются тысячи лет. И всегда жалуются на эту скучную и неприятную процедуру. Фирмы, производящие бритвы, решили выяснить, насколько искренни эти жалобы. Нескольким сотням мужчин предложили ответить на вопрос, купили ли бы они крем, который раз и навсегда избавил бы их от бороды. Категорически отказались купить такой крем 98 % опрошенных мужчин! Объясните причину подобной реакции.

Задание 6. Перечислите положительные и отрицательные стереотипы, используемые в рекламе. В каких случаях будет наиболее эффективным применение положительных стереотипов, а в каких – отрицательных? Приведите примеры.

Задание 7. Приведите примеры телевизионной или печатной рекламы, направленной на пробуждение чувств. Проанализируйте механизм воздействия такой рекламы: какие чувства можно вызвать с ее помощью? Как эти чувства помогут продвижению / продаже рекламируемого товара? Помогает ли реклама создать ассоциацию между маркой и чувствами? Как бы вы изменили рекламу?

Задание 8. Проанализируйте известный вам рекламный продукт с нижеследующих позиций:

• психоаналитическая («человек желающий») – акцентируется источник энергии и мотивационный заряд;

• когнитивная («человек познающий») – акцентируется не источник энергии желания, а его направленность на объект;

• бихевиористская («человек механически реагирующий») – акцентируется формирование привычки, стереотипа, установки;

• гуманистическая («человек играющий») – акцентируется иерархически выделяемая потребность как источник действия.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине..... ...**Ошибка! Закладка не определена.**

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**Ошибка! Закладка не определена.**

III. Тематический план 7

IV. Содержание дисциплины 9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**1

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 19

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....22

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 12.08.2020 № 963.

Изучение дисциплины «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров» ориентировано на получение обучающимися знаний в области товароведения непродовольственных товаров, тенденций развития рынка непродовольственных товаров и классификации. Дисциплина призвана привить знания и навыки в области товароведения непродовольственных товаров. Освоение теоретических знаний, приобретение умений и навыков в области формирования непродовольственных свойств, товарного ассортимента и качества непродовольственных товаров, необходимые для профессиональной деятельности.

Создание целостной системы знаний, умений и навыков по анализу потребностей, формирования и оценке качества, организации хранения и снижения потерь непродовольственных товаров в процессе товародвижения от производства до потребителя.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров» является теоретическая и практическая подготовка обучающихся в области товароведения однородных групп непродовольственных товаров.

Задачи дисциплины:

- изучение классификации, ассортимента однородных групп непродовольственных товаров;
- организация и осуществление контроля качества непродовольственных товаров;
- изучение организации проведения экспертизы качества непродовольственных товаров;
- организация оценки качества непродовольственных товаров, направленных на снижение риска появления некачественных товаров в сфере обращения;
- изучение технологии производства, дефектов и потерь однородных групп непродовольственных товаров;

- создание необходимых условий для хранения, складирования и транспортирования непродовольственных товаров;
- изучение основных факторов, формирующих и сохраняющих качество непродовольственных товаров.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.2** Осуществляет поиск, сбор и анализ информации необходимой для решения профессиональных задач по управлению торгово-экономическими системами	Знает основные нормативно-технические документы, содержащие требования к качеству, маркировке, условиям хранения и реализации однородных групп непродовольственных товаров	Умеет исследовать и анализировать информацию, полученную при оценке качества, маркировки, условий хранения и реализации однородных групп непродовольственных товаров в целях управления торгово-экономическими системами	имеет практический опыт применения методов проведения стандартных испытаний по определению показателей качества и оценки маркировки однородных групп непродовольственных товаров, предусмотренных в нормативно-технической документации	Контактная работа: Лекции Лабораторный практикум Самостоятельная работа Конспект

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.3.** Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	Знает основные требования к качеству, маркировке, условиям хранения и показатели качества однородных групп непродовольственных товаров при решении профессиональных задач в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	Умеет устанавливать соответствие содержания маркировки и потребительских свойств непродовольственных товаров установленным требованиям при решении профессиональны задач в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	имеет практический опыт использовать современные методы оценки качественных характеристик непродовольственных товаров товаров, обеспечения необходимых условий хранения, транспортирования и реализации товаров при решении профессиональных задач	Контактная работа: Лекции Лабораторный практикум Самостоятельная работа Конспект

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: основные понятия	4					6					Защита отчета по Лабораторному практикуму № 1/ 8 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 2/ 8
Тема 2. Товароведение и экспертиза одежно-обувных товаров	8					12					Защита отчета по Лабораторному практикуму № 3/ 8 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 4/ 8 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 5/ 8
Тема 3. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров	4					8					Защита отчета по Лабораторному практикуму № 6/ 8 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 7/ 8
Тема 4. Товароведение и экспертиза культурно-бытовых товаров	4					6					Защита отчета по Лабораторному практикуму № 8/ 8 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 9/ 8

Тема 5. Товароведение и экспертиза ювелирных товаров	6					8					Защита отчета по Лабораторному практикуму № 10 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 11 / 7
Тема 6. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров	6					8					Защита отчета по Лабораторному практикуму № 12 / 7 Защита отчета по Лабораторному практикуму № 13 / 7
Всего:	**32**					**48**				**28**	
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: основные понятия

Понятие о качестве и потребительских свойствах однородных групп непродовольственных товаров. Основные понятия, применяемые в оценочной деятельности: уровень качества, контроль качества, оценка качества, аудит, соответствие качеству и безопасности, экспертиза, фальсификация и идентификация. Основные понятия экспертизы непродовольственных товаров. Общая классификация однородных групп непродовольственных товаров: классификационные признаки, классификационные группировки и объекты. Основные классы, подклассы и группы товаров. Особенности потребительских свойств, показатели качества: надежности, эргономические, эстетических, безопасности. Информация о непродовольственных товарах.

Тема 2. Товароведение и экспертиза одежно-обувных товаров

Классификация волокон: натуральные (растительного, животного и минерального происхождения) и химические волокна (искусственные и синтетические). Основные характеристики химического состава волокон. Методы определения основных характеристик ткани. Органолептические методы распознавания волокон. Определение природы волокон сжиганием. Классификация потребительских свойств одежды. Влияние численности, половозрастного и социального состава населения на потребность в одежде. Группы потребительских свойств одежды (эргономические, антропометрические, гигиенические, психофизиологические требования, физиологические, эстетические, эксплуатационные). Размерная характеристика. Маркировка, упаковка одежды. Характеристика дефектов швейных изделий. Методы проверки и экспертизы качества швейных изделий. Обувные товары. Классификация кожевенного сырья. Классификация искусственных и синтетических материалов по назначению. Материалы для низа обуви. Ассортимент и классификация кожаной обуви. Характеристика ассортимента кожаной обуви. Размерно-полнотный ассортимент кожаной обуви, теоретические основы его построения. Требования к качеству кожаной обуви. Экспертиза качества кожаной обуви. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение кожаной обуви.

Тема 3. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров

История возникновения и развития парфюмерии и косметики. Факторы, формирующие качество парфюмерных товаров. Создание и составление рецептуры парфюмерной продукции. Сырье для производства парфюмерии. Технология приготовления парфюмерных жидкостей. Потребительские свойства и показатели качества парфюмерных товаров. Классификация и характеристика ассортимента парфюмерных товаров.

Экспертиза качества парфюмерных товаров. Классификация косметических товаров. Факторы, формирующие качество косметических товаров. Планирование и разработка состава косметических средств. Сырье, применяемое для изготовления косметических товаров. Технология производства. Потребительские свойства и показатели качества косметических товаров. Декоративная косметика. Сырье, применяемое для производства декоративной косметики. Классификация и характеристика ассортимента декоративной косметики. Оценка и экспертиза качества косметических товаров. Особенности упаковки, транспортировки и хранения декоративной косметики.

Тема 4. Товароведение и экспертиза культурно-бытовых товаров

Групповая характеристика различных видов товаров, входящих в состав электронных товаров. Бытовая телеприемная аппаратура. Телевизоры, физические основы телевидения. Классификация ассортимента телевизоров. Потребительские характеристики и оценка качества современных телевизоров. Характеристика ассортимента радиоприемников. Основные технические характеристики радиоприемников и тюнеров, входящих в состав бытовой аудио техники. Потребительские свойства и перспективы развития бытовых радиоприемных устройств. Бытовая видеотехника. Аппаратура для записи и воспроизведение изображения. Видеомагнитофоны. Принцип записи и воспроизведения оптической информации и звукового сопровождения. Классификация и характеристика ассортимента современных видеомагнитофонов и видеопроигрывателей. Фотоаппараты. Основы теории получения фотографического изображения. Принципы фотографии. Классификация, основные конструктивные узлы, принципы их работы. Характеристика ассортимента фотоаппаратов и их потребительские свойства. Маркировка, упаковка, транспортирование, особенности условий хранения фотоаппаратов.

Тема 5. Товароведение и экспертиза ювелирных товаров

Основные материалы для изготовления ювелирных товаров. Благородные (драгоценные) металлы и их сплавы. Драгоценные и поделочные камни. Классификация и свойства ювелирных камней. Ассортимент драгоценных и поделочных камней. Способы производства ювелирных изделий. Обработка и отделка ювелирных изделий, сортность. Классификация и ассортимент ювелирных товаров. Пробирование и клейменение изделий из драгоценных металлов и камней. Требования к качеству и экспертиза ювелирных товаров. Маркировка драгоценных металлов и изделий из них. Упаковка ювелирных товаров. Транспортирование ювелирных товаров. Хранение ювелирных товаров в магазине и подготовка их к продаже.

Тема 10. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров

Основные сведения о высокомолекулярных соединениях и их классификации. Классификация полимеров по различным признакам. Полимеризация и поликонденсация – основные промышленные способы синтеза полимеров. Основные ингредиенты пластмасс. Ассортимент и качество изделий из пластмасс. Экспертиза качества бытовых изделий из пластмасс. Классификация бытовых химических товаров. Особенности однородной группы непродовольственных товаров. Характеристика потребительских свойств и экспертиза качества клеевых материалов. Особенности упаковки, транспортирования и хранения клеящих материалов. Классификация и ассортимент лакокрасочные товаров. Особенности упаковки, транспортирования и хранения. Синтетические моющие средства. Строение и свойства древесины. Пороки древесины, ее сортность в зависимости от вида, характера и размеров пороков. Особенности производства и технологический процесс производства мебели. Потребительские свойства мебели, их влияние на качество изделий. Порядок и методы проведения экспертизы мебельных товаров. Методы контроля, применяемые при проведении экспертизы. Порядок оформления результатов экспертизы. Классификация и характеристика ассортимента электробытовых товаров. Машины и аппараты для хранения и обработки продуктов. Основные типы холодильных машин. Классификация, ассортимент показателей качества. Бельевые и бельеобрабатывающие машины и приборы. Классификация и характеристика ассортимента и показатели качества бытовых стиральных машин. Бытовые уборочные машины. Бытовые нагревательные электроприборы для приготовления и подогрева пищи и напитков и для кипячения воды. Бытовые светильники. Источники света, применяемые в бытовых светильниках. Особенности их конструкций и принципы действия. Электроприборы и машины для механизации кухонных работ. Классификация машин для механизации кухонных работ. Машины и приборы для поддержания микроклимата в помещениях.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров» используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над

конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций студентам рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии воспроизвести изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с указанной основной и дополнительной литературой, подготовиться к зачету.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов.

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

– ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

– получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;

– использовать под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума

– получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами

периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Структура и алгоритмы компьютерной обработки данных» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Дидактические единицы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма контроля**
Тема 1. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: основные понятия	Основные понятия, применяемые в оценочной деятельности: уровень качества, контроль качества, оценка качества, аудит, соответствие качеству и безопасности, экспертиза, фальсификация и идентификация. Основные классы,	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам

Наименование темы	Дидактические единицы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма контроля
	подклассы и группы товаров. Особенности потребительских свойств, показатели качества: надежности, эргономические, эстетических, безопасности. Информация о непродовольственных товарах.		
Тема 2. Товароведение и экспертиза одежно-обувных товаров	Методы определения основных характеристик ткани. Органолептические методы распознавания волокон. Определение природы волокон сжиганием. Влияние численности, половозрастного и социального состава населения на потребность в одежде. Размерная характеристика. Маркировка, упаковка одежды. Характеристика дефектов швейных изделий. Классификация искусственных и синтетических материалов по назначению. Материалы для низа обуви. Требования к качеству кожаной обуви. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение кожаной обуви.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам

Наименование темы	Дидактические единицы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 3. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров	Технология приготовления парфюмерных жидкостей. Потребительские свойства и показатели качества парфюмерных товаров. Классификация и характеристика ассортимента парфюмерных товаров. Планирование и разработка состава косметических средств. Сырье, применяемое для изготовления косметических товаров. Технология производства. Потребительские свойства и показатели качества косметических товаров. Декоративная косметика. Сырье, применяемое для производства декоративной косметики. Классификация и характеристика ассортимента декоративной косметики.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам
Тема 4. Товароведение и экспертиза культурно-бытовых товаров	Классификация ассортимента телевизоров. Потребительские характеристики и оценка качества современных телевизоров. Потребительские свойства и перспективы развития бытовых радиоприемных устройств. Аппаратура	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам

Наименование темы	Дидактические единицы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма контроля
	для записи и воспроизведение изображения. Видеомагнитофоны. Принцип записи и воспроизведения оптической информации и звукового сопровождения. Классификация и характеристика ассортимента современных видеомагнитофонов и видеопроигрывателей. Основы теории получения фотографического изображения. Принципы фотографии. Маркировка, упаковка, транспортирование, особенности условий хранения фотоаппаратов.		
Тема 5. Товароведение и экспертиза ювелирных товаров	Классификация и свойства ювелирных камней. Ассортимент драгоценных и поделочных камней. Способы производства ювелирных изделий. Требования к качеству и экспертиза ювелирных товаров. Маркировка драгоценных металлов и изделий из них. Упаковка ювелирных товаров. Транспортирование ювелирных товаров. Хранение ювелирных товаров в магазине и подготовка их к продаже.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам

Наименование темы	Дидактические единицы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 6. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров	Основные ингредиенты пластмасс. Ассортимент и качество изделий из пластмасс. Экспертиза качества бытовых изделий из пластмасс. Характеристика потребительских свойств и экспертиза качества клеевых материалов. Особенности упаковки, транспортирования и хранения клеящих материалов. Классификация и ассортимент лакокрасочные товаров. Особенности упаковки, транспортирования и хранения. Синтетические моющие средства. Особенности производства и технологический процесс производства мебели. Потребительские свойства мебели, их влияние на качество изделий. Классификация и характеристика ассортимента электробытовых товаров. Машины и аппараты для хранения и обработки продуктов. Классификация и характеристика ассортимента и показатели качества бытовых стиральных машин. Бытовые уборочные машины. Источники света,	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Конспектирование Подготовка к лабораторным практикумам, подготовка отчетов по практикумам	Отчеты по лабораторным практикумам

Наименование темы	Дидактические единицы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма контроля
	применяемые в бытовых светильниках. Особенности их конструкций и принципы действия.		

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров: учебник / Т.И. Чалых, Е.Л. Пехташева, Е.Ю. Райкова и др.; под ред. Т.И. Чалых, Н.В. Умаленовой. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 760 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа:– URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572966

Дополнительная литература:

2. Грибанова, И.В. Товароведение: учебное пособие: [12+] / И.В. Грибанова, Л.И. Первойкина. – 2-е изд., стер. – Минск: РИПО, 2016. – 360 с. – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463610

3. Зонова, Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебное пособие / Л.Н. Зонова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова; отв. ред. Ж.Ю. Койтова. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 192 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495843

4. Косарева, О.А. Теоретические основы товароведения: учебник: [16+] / О.А. Косарева. – Москва: Университет Синергия, 2017. – 177 с.: ил., табл. – (Легкий учебник). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub

5. Петрище, Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник / Ф.А. Петрище. – 5-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 508 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496152

6. Райкова, Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник / Е.Ю. Райкова. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 412 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495824

Нормативно-правовые документы:

1. Федеральный закон от 7 февраля 1992 г. № 2300/1-1 «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями).

2. Общероссийский классификатор продукции видам по экономической деятельности ОКПД 2. – http://classifikators.ru/okpd (официальный сайт общероссийских классификаторов).

3. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Таможенного союза. – http://www.tsouz.ru (официальный портал Таможенного союза).

4. Технические регламенты, стандарты и технические условия на продукцию, процессы, методы испытания (контроля), терминов и

определений.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Университетская библиотека онлайн	http://biblioclub.ru
2.	Электронная библиотека – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	http://bibliotekar.ru
3.	Официальный сайт правовой и нормативно-технической документации – Консорциум КОДЕКС	http://docs.cntd.ru
4.	Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека	http://www.rospotrebnadzor.ru/
5.	Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии	https://www.gost.ru/portal/gost
6.	Официальный сайт Российской системы качества – Роскачество	https://roskachestvo.gov.ru/
7.	Официальный сайт Росконтроль – независимая экспертиза товаров	https://roscontrol.com/
8.	Официальный сайт Общества защиты прав потребителей	http://www.ozpp.ru/
9.	Центр независимой потребительской экспертизы	www.cnpe.spb.ru/
10.	Международная конфедерация обществ потребителей	www.konfop.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- лаборатория товароведения, оснащенная лабораторным оборудованием; мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Лабораторный практикум	8-7 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 6-5 – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно определены соответствующие характеристики, использована требуемая информация, правильно выполнены необходимые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 4-3 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, определены соответствующие характеристики, имеются ошибки при выполнении работы, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 2-1 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание работы содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и(или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы[1]

Типовые задания к теме № 1. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров: основные понятия

Лабораторный практикум № 1 «Изучение особенностей упаковки и маркировки непродовольственных товаров»

Задание 1. Рассмотреть упаковку двух непродовольственных товаров разных товарных групп (например, обувные товары и товары бытовой химии). Выявить вид материалов, из которых изготовлена упаковка образцов, определить преимущества и недостатки данных упаковок. Дать

[1] Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата, программам специалитета и программа магистратуры в НОУ МФПУ «Синергия»

рекомендации по совершенствованию упаковки образцов, например, изменение эргономических показателей или материалов упаковки.

Задание 2. Изучить маркировку двух непродовольственных товаров разных товарных групп (например: обувные товары и товары бытовой химии) на соответствие требованиям нормативно-технических документов, установить наличие обязательных сведений. Результаты оформить в виде таблицы и заключения.

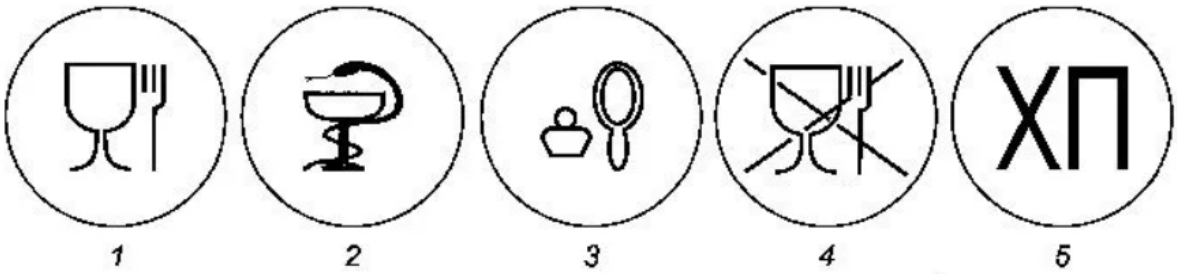
В заключении отметить наличие необходимых сведений, найти отличительные особенности маркировки, характерные для конкретной товарной группы.

Задание 2. Рассчитать контрольное число штриховых кодов, выбранных в задании 1 для двух непродовольственных товаров.

При использовании штрихового кодирования в стандарте EAN-13 последний, тринадцатый, знак является контрольным числом. Оно рассчитывается для проверки правильности присвоения номера и считывания символа.

Лабораторный практикум № 2 «Изучение информационных знаков, используемых при идентификации непродовольственных товаров»

Задание 1. Укажите, к каким группам принадлежат следующие знаки, используемые при маркировке товаров, какую информацию они содержат.



1 2 3 4 5



6 7 8 9 10

Задание 2. Ознакомьтесь с пиктограммами, применяемыми для обозначения материалов нового поколения. Зарисуйте в тетрадь представленные ниже пиктограммы и дайте им пояснения.

Задание 3. Партия демисезонных женских пальто из драпа поступила на склад торговой фирмы от производителя – швейной фирмы «АннА» г. Москва. Изделия упакованы в полиэтиленовые пакеты. Укажите, какие маркировочные знаки могут быть использованы для идентификации данного вида продукции.

Задание 4. Поставщик использовал для доставки посуды упаковку не от фирмы изготовителя. Укажите, какие знаки маркировки тары для транспортирования и складирования должны быть на ней проставлены.

Задание 5. Проведите предварительную идентификацию продукции по анализу маркировочных знаков, представленных на упаковке. Заполните таблицу. Сделайте выводы о полноте содержащейся информации. Используя ГОСТ 32479-2013 «Средства для стирки. Общие технические условия» проведите анализ полноты маркировки пяти наименований моющих синтетических средств, предназначенных для поставок в розничную сеть, и полученные результаты отобразите в таблице Сделайте выводы.

Результаты анализа маркировки и полноты информации необходимой для идентификации

Наименование реквизита	Образец 1	Образец 2	Образец 3	Образец 4	Образец 5
Наименование и назначение продукции					
Обозначение нормативной или технической документации на средство					
Масса нетто или объем					
Состав					
Способ применения с указанием информации о рекомендуемом расходе					
Условия хранения					
Срок годности					
Наименование страны и предприятия изготовителя его товарный знак, юридический адрес и номер телефона					
Предупредительные надписи и меры предосторожности					
Штриховой код					

Примечание. Отметьте наличие или отсутствие информации следующими символами: 1. Информация присутствует, полная – «+»; 2. Присутствует неполная, неверная, неточная – «±»; 3. Информация отсутствует – «-»

Типовые задания к теме № 2. Товароведение и экспертиза одежно-обувных товаров

Лабораторный практикум № 3 «Изучение структуры текстильных волокон и основных ткацких плетений»

Задание 1. Составить схему классификации текстильных волокон, дать характеристику одного волока из каждого приведенного в схему вида, зарисовать его структуру, отметить основные преимущества и недостатки.

Задание 2. Природу волокон можно определить по внешнему виду, цвету, тонине, характеру горения и др. Для сравнительного изучения используют образцы волокон, не подвергшиеся обработке, и волокна, извлекаемые из образцов текстильных изделий соответствующего состава. При оформлении отчета в тетрадь вклеивают небольшие образцы волокон хлопка, льна, шерсти, шелка и химических волокон.

Природу волокон можно определить сжиганием, которое дает объективные результаты. При сжигании устанавливают характер горения, цвет пламени, вид золы, специфический запах. Для опытов берут в небольшом количестве волонка хлопка, льна, шерсти, натурального шелка, искусственных (вискозных, медноаммиачных, ацетатных) и синтетических (капрона, нитрона, лавсана, хлорина и др.).

Определить состав полученных образцов волокон и тканей, по результатам оценки заполнить таблицу следующей формы:

Номер образца волокна (ткани)	Поведение волокна при поднесении к пламени	Поведение волокна в пламени	Запах при горении	По волокна при вынесении из пламени	Характер золы	Наименование волокна

Задание 3. Используя графические изображения простых и мелкоузорчатых плетений, определить виды плетений по фотографиям и схемам тканей.

Задание 4. Изучить основные этапы производства тканей. Составить схему с кратким описанием каждого этап.

Лабораторный практикум № 4 «Оценка маркировки и качества швейных товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец швейного изделия, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца на соответствие требованиям ТР ТС 017/2011 Технический регламент Таможенного союза «О безопасности продукции легкой промышленности»

или национального стандарта на данный вид швейных товаров. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить качество образца швейных товаров в соответствии с требованиями национального стандарта, выявить наличие дефектов. Сделать вывод. Результат оценки качественных показателей оформить в виде таблицы.

Лабораторный практикум № 5 «Оценка маркировки и качества обувных товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец обувного изделия или его фотографий, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца и его упаковки на соответствие требованиям ТР ТС 017/2011 Технический регламент Таможенного союза «О безопасности продукции легкой промышленности» и национального стандарта на данный вид обувных товаров. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить качество образца обувных товаров, используя нестандартизированные приемы осмотра обуви. Сделать вывод, отметив наличие выявленных дефектов. Результат оценки качественных показателей оформить в виде таблицы.

Типовые задания к теме № 3. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров

Лабораторный практикум № 6 «Оценка маркировки и качества парфюмерных товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец парфюмерного изделия, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца и его упаковки на соответствие требованиям ТР ТС 009/2011 Технический регламент Таможенного союза «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» или национального стандарта на данный вид парфюмерных товаров. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить качество (органолептическим методом) образца парфюмерных товаров в соответствие с требованиям национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки качественных показателей оформить в виде таблицы.

Лабораторный практикум № 7 «Оценка маркировки и качества косметических товаров»

Задание 1. Используя национальный стандарт на представленный образец косметического изделия, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в

письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца и его упаковки на соответствие требованиям ТР ТС 009/2011 Технический регламент Таможенного союза «О безопасности парфюмерно-косметической продукции» или национального стандарта на данный вид косметической товаров. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Оценить качество (органолептическим методом) образца косметических товаров в соответствие с требованиям национального стандарта. Сделать вывод. Результат оценки качественных показателей оформить в виде таблицы.

Типовые задания к теме № 4. Товароведение и экспертиза культурно-бытовых товаров

Лабораторный практикум № 8 «Изучение ассортимента радиоприемной и телевизионной аппаратуры»

Задание 1. Изучите ассортимент аппаратуры по образцам, каталогам, рекламным проспектам и техническим паспортам. Обратите внимание на отличительные признаки видового ассортимента радиоприемников, тюнеров, абонентских громкоговорителей, магнитофонов, проигрывателей, радиол, магнитол, музыкальных центров и др. Опишите пять образцов по форме таблицы.

Наименование изделия	Марка, модель	Тип питания	Особенности конструкции	Функциональные возможности	Технические параметры

Задание 2. Изучите ассортимент телевизионных приемников по образцам, каталогам, рекламным проспектам. Обратите внимание на отличительные признаки телевизоров по следующим показателям:

– цветности изображения (цветные и черно-белые);

– способу установки (автомобильные, переносные, стационарные);

– типу формирования изображения (кинескопные и бескинескопные – жидкокристаллические, плазменные);

– принципу обработки телевизионного сигнала (аналоговые, аналогово-цифровые, цифровые);

– типу питания (от сети, от автономных источников питания, универсальные).

Опишите пять образцов телевизионной аппаратуры по форме таблицы.

Марка, модель	Цветность изображения	Размер экрана	Способ установки	Способ формирования изображения	Тип питания	Функциональные возможности	Технические параметры

Лабораторный практикум № 9 «Изучение устройства цифрового фотоаппарата»

Цель – практически ознакомиться с основными возможностями

цифрового фотоаппарата, научиться устранять простейшие неисправности в цифровом фотоаппарате.

Задание 1. Изучить классификацию любительских фотоаппаратов, составить схему классификации, используя иерархический или фасетный метод классификации.

Задание 2. Изучить конструкцию цифрового фотоаппарата, выписать и дать характеристику основных элементов. Сформулировать основные преимущества цифровой камеры.

Типовые задания к теме № 5. Товароведение и экспертиза ювелирных товаров

Лабораторный практикум № 10 «Изучение сплавов благородных металлов»

Задание 1. Изучить ГОСТ 30649-99 «Сплавы на основе благородных металлов ювелирные. Марки», в том числе обозначения и сокращения (раздел 3 ГОСТа).

Задание 2. Используя таблицы 1, А.1 (Приложение А) ГОСТа, рассмотреть химический состав сплавов на основе золота, их свойства.

Задание 3. Рассчитать массовую долю неблагородного металла в сплаве, обозначив в таблице его название и массовую долю. Заполнить таблицу 1.

Химический состав золота и сплавов на основе золота, их свойства

Марка	Проба	Массовая доля компонента, %				Расчетная плотность г/см^3	Температура плавления (интервал) °С	Твердость HV*, кгс/мм^2		Цвет
		Золото	Серебро	Палладий	Неблагородный металл (название)			твердый	мягкий	
ЗлСрПдМ-375-100										
ЗлСр 585-415										
ЗлСрПдЦ 585-287-100										
ЗлСрПдКд 585-280-100										
ЗлСрМ 958-20										

Задание 4. Используя Приложение Д ГОСТа, выявить назначение сплава, его технологическую пригодность и свойства. Заполнить таблицу.

Рекомендации по применению сплавов на основе благородных металлов. Технологические свойства

Марка сплава	Назначение	Технологическая пригодность, свойства
ЗлСрПдМ-375-100		
ЗлСр 585-415		
ЗлСрПдЦ 585-287-100		
ЗлСрПдКд 585-280-100		
ЗлСрМ 958-20		

Лабораторный практикум № 11 «Изучение классификации и способов обработки камней, используемых в производстве ювелирных изделий»

Задание 1. Ознакомиться с классификацией ювелирных камней, их ассортиментом и потребительским свойствами.

Задание 2. По изображениям ювелирных изделий на фотографиях

определить способ обработки ювелирных камней, их порядок по двум представленным в практикуме классификациям. Заполнить таблицу.

Для определения вида огранки и названия камней можно воспользоваться информацией из Интернета. Оценку производить только по основной вставке (камню) изделия.

№№ образца	Название камня	Первая классификация, порядок	Вторая классификация		Способ / вид огранки
			группа	порядок	
Образец 1					
Образец 2					
Образец 3					
Образец 4					
Образец 5					
Образец 6					
Образец 7					
Образец 8					
Образец 9					

Типовые задания к теме № 6. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров

Лабораторный практикум № 12 «Оценка маркировки и качества товаров из пластических масс»

Задание 1. Провести оценку маркировки образца изделия из пластмассы в соответствии с требованиями ГОСТ Р 50962-96 «Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия» (п. 3.9.4.2). Выявить какую дополнительную информацию представляет изготовитель. Результаты оформить в виде таблицы. Сделать вывод о соответствии маркировки требованиям национального стандарта.

Задание 2. Изучить и зарисовать информационные знаки, нанесенные на упаковку образца и расшифровать их.

Задание 3. Рассчитать контрольное число штрихового кода образца. Порядок расчета представить в письменном виде. Сделать вывод о подлинности и отсутствии информационной идентификации образца.

Лабораторный практикум № 13 «Оценка маркировки и качества товаров бытовой химии»

образец изделия бытовой химии, выяснить по каким требования проводятся экспертиза качества продукции. Результаты оформить в письменном виде.

Задание 2. Провести оценку содержания маркировки образца и его упаковки на соответствие требованиям национального стандарта на данный вид товаров бытовой химии. Сделать вывод. Результат оценки оформить в виде таблицы.

Задание 3. Рассчитать контрольное число штрихового кода образца. Порядок расчета представить в письменном виде. Сделать вывод о подлинности и отсутствии информационной идентификации образца.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной

аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Общая классификация однородных групп непродовольственных товаров: классификационные признаки, классификационные группировки и объекты.
2. Особенности потребительских свойств, показатели качества: надежности, эргономические, эстетических, безопасности.
3. Классификация волокон: натуральные и химические волокна.
4. Свойства искусственных и синтетических волокон.
5. Классификация ассортимента швейных товаров.
6. Группы потребительских свойств одежды (эргономические, антропометрические, гигиенические, психофизиологические требования, физиологические, эстетические, эксплуатационные).
7. Характеристика классификации и ассортимента обуви.
8. Потребительские свойства и показатели качества парфюмерных товаров.
9. Факторы, формирующие качество косметических товаров.
10. Групповая характеристика различных видов товаров, входящих в состав культурно-бытовых товаров.
11. Товары из пластмасс: ассортимент, актуальные проблемы и пути их решения, потребительские свойства, требования к качеству, идентификация и экспертиза качества.
12. Товары бытовой химии (СМС): сущность склеивания, классификация, характеристика ассортимента, состав, сравнительная характеристика потребительских свойств, требования к качеству и экспертиза СМС.
13. Товары бытовой химии (чистящие, полирующие, пятновыводящие, дезинфицирующие средства, и т.д.): ассортимент и свойства.
14. Мебель: состояние рынка, типология потребителей и жилья, роль мебели в обеспечении жизнедеятельности человека, классификация ассортимента, характеристика ассортимента мебели, маркировка, упаковка, требования к качеству изделий; особенности экспертизы качества
15. Аппаратура для фотосъемки и видеосъемки: классификация, основы теории фотографических процессов, устройство, принципы работы, маркировка, упаковка, транспортирование и хранение.
16. Бытовая радиоэлектронная аппаратура (электроакустических приборов, усилителей звуковой частоты, радиоприемной, телевизионной аппаратуры): классификация, ассортимент; устройство, контроль качества.
17. Косметические товары: ассортимент, формирование качества, потребительские свойства, экспертиза качества.

18. Ювелирные товары: значение в удовлетворении социальных и эстетических потребностей человека, возникновение, развитие и современное состояние производства и торговли.

19. Классификация ассортимента телевизоров.

20. Потребительские свойства и перспективы развития бытовых радиоприемных устройств.

21. Благородные (драгоценные) металлы и их сплавы, используемые в ювелирном деле.

22. Пробирование и клейменение изделий из драгоценных металлов и камней.

23. Основные сведения о высокомолекулярных соединениях и их классификации.

24. Характеристика потребительских свойств бытовых химических товаров.

25. Классификация и характеристика ассортимента электробытовых товаров.

Задания 2-го типа

1. Раскройте понятие о качестве и потребительских свойствах однородных групп непродовольственных товаров.

2. Охарактеризуйте основные понятия, применяемые в оценочной деятельности непродовольственных товаров.

3. Опишите органолептические методы распознания текстильных волокон.

4. Охарактеризуйте внешние отличительные признаки и свойства трикотажа.

5. Раскройте понятия размерных характеристик одежды (швейных товаров).

6. Проанализируйте особенности конструирования трикотажных изделий по сравнению со швейными изделиями из тканей.

7. Охарактеризуйте требования, по которым проводится экспертиза качества кожаной обуви.

8. Проанализируйте преимущества и недостатки искусственных и синтетических обувных материалов по сравнению с натуральными кожами.

9. Проанализируйте классификацию и характеристику ассортимента парфюмерных товаров.

10. Опишите потребительские свойства и показатели качества декоративной косметики.

11. Раскройте основные технические характеристики радиоприемников, входящих в состав бытовой аудио техники.

12. Опишите основы теории получения фотографического изображения.

13. Опишите принципы записи и воспроизведения оптической информации и звукового сопровождения.

14. Опишите материалы мебельного производства: классификация, характеристика ассортимента

15. Проанализируйте классификации драгоценных и поделочных камней.

16. Опишите требования к качеству и организацию проведения экспертизы ювелирных товаров.

17. Охарактеризуйте классификацию пластмасс на основе природных полимеров по видам, свойствам, применению.

18. Опишите составляющие основного пробирного клейма: знак удостоверения, шифры инспекции пробирного присмотра, обозначения установленной пробы.

19. Охарактеризуйте основные дефектов ювелирных изделий, которые возникают в процессе производства и их влияние на качество готовых изделий.

20. Раскройте роль и значение ювелирных товаров в развитии культурного уровня человека. Состояние рынка ювелирных изделий Российской Федерации.

21. Раскройте основные способы получения пластических масс.

22. Опишите классификацию и ассортимент синтетических моющих средств.

23. Раскройте общие характерные требования к электробытовым товарам отдельных подгрупп.

24. Проанализируйте классификацию и ассортимент бытовых светильников. Требования к качеству.

25. Проанализируйте принцип работы бытовых стиральных машин.

Задания 3-го типа

Задание № 1. С помощью так называемой контрольной цифры (контрольного разряда) на штрих-коде определенного товара можно определить, законно или нет его производство, т.к. штрих-код позволяет распознавать информационную фальсификацию, которая обычно сопровождает другие виды подделок. Рассчитать правильность нанесения на непродовольственный товар 13-значного штрихового кода: 4607063132042

Задание № 2. Размер стопы покупательницы 25 см. Определите российский, американский и европейский размеры обуви.

Задание № 3. В зимний период на склад поступила партия жидкого мыла. Партию разместили в неотапливаемом помещении. Правильно ли разместили косметическую продукцию на хранение?

Задание № 4. Сделайте перерасчет размеров экрана телевизора размером диагонали 37 дюймов в системные единицы.

Задание № 5. Переведите 925 пробу серебра из метрической системы в каратную.

Задание № 6. На изделии из пластмассы имеются следующие информационные знаки. Расшифруйте эти условные обозначения.


2
HDPE

.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Продажи B2B и B2C»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4

III. Тематический план.....5

IV. Содержание дисциплины.....7

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....9

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....16

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....18

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Продажи B2B и B2C» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Продажи B2B и B2C» имеет большое значение для подготовки выпускников высшей квалификации в области торгового дела и ориентирована на получение обучающимися знаний, о комплексе вопросов, в совокупности составляющих основу маркетинга в деловой среде (промышленности): тенденции и закономерности маркетинга и продаж в сегменте B2B и B2C, сущность разработки программ взаимодействия с клиентами, механизм анализа рынка и мониторинг результатов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в вариативную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- получение знаний, умений и навыков, необходимых для обеспечения работы в торговой организации, а именно принципы и условия формирования маркетинговой деятельности для стимулирования продаж в сфере промышленного маркетинга и сегмента B2C, особенности применения маркетинговых инструментов на рынке B2B и B2C, особенностей исследования целевого рынка;
- сформировать знания об особенностях осуществления маркетинговой деятельности в сегментах B2B и B2C с целью принятия управленческих решений в сфере управления продажами и маркетинговой деятельности;
- научиться находить информацию и проводить анализ инструментов комплекса маркетинга для использования в управлении продажами в деятельности промышленных предприятий, предприятий сегмента B2B и клиентов сегмента B2C;
- получить практический опыт принятия решений и поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов в сегменте B2B и осуществления продаж в сфере B2C.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК-3**	**ПК-3.1** Использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей	содержание продаж в секторе B2B и B2C, отличия в маркетинг-микс в сегментах B2B и B2C	применять эффективные методы продаж в зависимости от направленности торговой деятельности	организации и управления торгово-экономическими процессами в секторах B2B и B2C с использованием маркетинговых инструментов	Контактная работа: Лекции Ситуационные практикумы (кейс-задания, творческое задание) Самостоятельная работа
		ПК-3.2 Анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	различия в мероприятиях по стимулированию продаж и мотивации покупателей по различным регментам рынка	анализировать особенности мотивации покупателей в B2B и B2C каналах реализации	размещения товарных категорий и торговых марок в торговых прощадях с учетом особенностей в мероприятиях по стимулированию продаж и мотивации потребителей в сегментах B2B и B2C	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Характеристика особенностей маркетинга и продаж в сегментах B2B и B2C. *1.1. Сущность и отличия рынка B2B и B2C* *1.2. Типология продукции промышленно-технического и потребительского назначения* *1.3. Промышленные и потребительские рынки* *1.4. Особенности маркетинговой деятельности в сегменте B2B и B2C*	8			8						11	Ситуационный практикум №1/25
Тема 2. Формирование и анализ товарной политики на рынке B2B и B2C. *2.1. Товарная политика на рынке B2B и B2C* *2.2. Портфолио-анализ на промышленном рынке* *2.3. ABC-анализ на рынке B2B и B2C* *2.4. Формирование цены на промышленном и потребительском рынке* *2.5. Маркетинговой планирование и планирование продаж на рынке B2B и B2C*	8			8						11	Ситуационный практикум №2/25
Тема 3. Характеристика процесса покупки и сбыта на промышленном и потребительском рынках *3.1. Процесс покупки в сегменте B2B и B2C* *3.2. Сегментирование на*	8			8						11	Творческое задание №1/25

промышленном и потребительском рынке *3.3. Организация систем сбыта в сегментах B2B и B2C* *3.4. Управление каналами сбыта на промышленных и потребительских рынках* *3.5. Региональная маркетинговая политика на рынках B2B и B2C*											
Тема 4. Политика продвижения на рынках B2B и B2C *4.1. Стратегические маркетинговые коммуникации на рынках B2B и B2C* *4.2. Проведение пресс-конференций в сегменте B2B* *4.3. Событийный маркетинг в сегменте B2B и B2C*	8			8						11	Ситуационный практикум №3/25
Всего:	**32**			**32**						**44**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Характеристика особенностей маркетинга и продаж в сегментах B2B и B2C.

1.1. *Сущность и отличия рынка B2B и B2C*: Подходы к разделению маркетинга; Принципиальные отличия промышленного рынка от потребительского; Объект и предмет промышленного маркетинга; Структура промышленного рынка; Принципы и особенности промышленного маркетинга.

1.2. *Типология продукции промышленно-технического и потребительского назначения*: Понятие и типология продукции промышленно-технического назначения; Капитальное и дополнительное оборудование: понятие и особенности маркетинга; Сырье, полуфабрикаты и готовые изделия: характеристика и особенности маркетинга; Вспомогательное оборудование и материалы; Услуги производственного назначения: понятие, типология и особенности маркетинга.

1.3. *Промышленные и потребительские рынки*: Типы участников промышленного и потребительского рынка. Особенности участников промышленного и потребительского рынка; Характеристики спроса на промышленном и потребительском рынке; Стадии развития отношений на промышленном и потребительском рынке; Аспекты дистанции между партнерами; Формы кооперации. Типы конкурентных рынков; Кооперация крупных и малых предприятий в Российской Федерации

1.4. *Особенности маркетинговой деятельности в сегменте B2B и B2C*: Последовательность деятельности в подборе персонала на промышленном рынке и в сегменте B2C. Рейтинг личностных факторов; Специализация маркетинговой службы; Особенности организации и проведения маркетинговых исследований на промышленном и потребительском рынке.

Тема 2. Формирование и анализ товарной политики на рынке B2B и B2C

2.1. *Товарная политика на рынке B2B и B2C*: Основные вопросы товарной политики и товарный ассортимент; Факторы, определяющие ассортимент продукции и предпосылки расширения товарного ассортимента; Этапы планирования товарного ассортимента; Матрица БКГ как инструмент управления товарным ассортиментом компании; Элементы доверия торговой марке.

2.2. Портфолио-анализ на промышленном рынке: Алгоритм построения портфолио-анализа; Матрица портфолио-анализа. Диагностические зоны.

2.3. *ABC-анализ на рынке B2B и B2C:* Сущность ABC-анализа; Алгоритм построения ABC-анализа на промышленном рынке; Интерпретация результатов ABC-анализа. Изучение состава групп по регионам; Анализ причин ухода клиентов и влияния факторов предпочтений внутри групп ABC.

2.4. *Формирование цены на промышленном и потребительском рынке*: Эффективные модели ценообразования на промышленном и потреби-

тельском рынке. Схема ценообразования на промышленном и потребительском рынке и классификация цен; Структура цены с точки зрения производителя и потребителя; Процесс разработки ценовой политики; Виды ценовых стратегий предприятия.

2.5. *Маркетинговой планирование и планирование продаж на рынке B2B и B2C*: Планирование продаж; Маркетинговое планирование на предприятии для выполнения плана продаж и план маркетинга продукта; Типичные основы производственной компании в процессе маркетингового планирования; Основные составляющие плана маркетинга производственного предприятия.

Тема 3. Характеристика процесса покупки и сбыта на промышленном и потребительском рынках

3.1. *Процесс покупки в сегменте B2B и B2C*: Факторы выбора поставщика и мотивы покупки в сегменте B2B и B2C; Организация поставок и характер их осуществления; Процесс принятия решения о закупке. Закупочный центр. Взаимодействие и значение ролей; Возможные ситуации закупки; Тактика поставщика; Основные способы закупки на промышленном рынке. Факторы, формирующие покупательское поведение.

3.2. *Сегментирование на промышленном и потребительском рынке*: Особенности сегментации и основные подходы к выявлению рыночных ниш компании на B2B-рынке и B2C-рынке; Основные критерии и признаки сегментации, применяемые компаниями-производителями на деловом и потребительском рынке.

3.3. *Организация систем сбыта в сегментах B2B и B2C*: Характеристика основные методов сбыта на B2B-рынке и B2C-рынке; Основные посредники на B2B-рынке и B2C-рынке, их характеристика; Особенности организации сбыта сырьевых товаров.

3.4. *Управление каналами сбыта на промышленных и потребительских рынках*: Организация каналов сбыта и управление их деятельностью; Особенности личной продажи на B2B-рынке и потребительском рынке.

3.5 *Региональная маркетинговая политика на рынках B2B и B2C*: Принципы критериев выбора и ключевые параметры региональной политики; Матрица «доля рынка – уровень прибыльности – объем продаж»; Формы присутствия в регионах.

Тема 4. Политика продвижения на рынках B2B и B2C

4.1. *Стратегические маркетинговые коммуникации на рынках B2B и B2C*: Сущность и особенности стратегических маркетинговых коммуникаций на B2B-рынке и потребительском рынке; Основные средства стратегических маркетинговых коммуникаций и их специфика на деловом и потребительском рынке; Алгоритм формирования и реализации программы построения стратегических коммуникаций компании на промышленном и потребительском рынке.

4.2. *Проведение пресс-конференций в сегменте B2B*: Пресс-конференция: сущность, задачи и этапы ее организации; Основные прави-

ла проведения пресс-конференций; Особенности общения представителей компании с представителями СМИ в рамках пресс-конференции. Особенности продвижения потребительских товаров.

4.3. Событийный маркетинг на промышленном и потребительском рынках: Характеристика и основные этапы организации событийного маркетинга; Этапы событийного маркетинга; Отличие событийного маркетинга на рынках B2B и B2C.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

Во время лекции следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Во время лекции можно делать пометки для лучшей систематизации материала и дополнения имеющихся источников информации по теме лекции.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Лекция не заменяет собой учебник, лекция направлена на общее раскрытие темы, проблемы, выделение главных существенных аспектов, на которые следует обратить внимание. Лектор указывает пути, которым нужно следовать, для достижения глубокого понимания изучаемой темы. Главной целью лекции является – донести сущность поставленной в теме проблемы. Лекция требует от слушателя большой самостоятельной работы. Во время лекции можно фиксировать основные этапы развития мысли лектора, выводы и обобщения. Фиксация полезна для последующего запоминания, а также для дальнейшей работы с рекомендуемой литературой и информацией, справочниками и иными документами.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен го-

товиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

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

С этой целью нужно:

– внимательно прочитать материал предыдущей лекции;
– ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
– записать возможные вопросы, непонятные или спорные моменты, ответы на которые спросить у лектора на лекции по материалу изученной лекции;
– постараться уяснить место изучаемой темы в подготовке;
– узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора или материалам рабочей программы дисциплины) и зафиксировать информацию, которая есть по данному вопросу.

Методические указания для обучающихся по участию в ситуационном практикуме

1 сценарий. Студенты изучают ситуацию, представленную преподавателем и в письменном виде готовят ответы на вопросы к ситуации.

2 сценарий. Студенты в составе мини-групп (команд) по 3-5 человек готовят ответ на вопросы к ситуации и представляют позицию своей команды в течение 15-20 минут. Один представитель команды излагает основное содержание кейса и суть подготовленного решения. Участники команды отвечают на вопросы слушателей и принимают участие в дискуссии. Представители других команд могут задавать вопросы и участвовать в дискуссии.

3 сценарий. Студенты самостоятельно изучают задания, собирают и анализируют информацию, проводят дополнительные исследования для решения поставленных задач по исследованию рынка и разработке маркетинговых стратегий.

Методические указания для обучающихся для подготовки к выполнению кейс-заданий

Кейс-задания - основной элемент метода case-study, который относится к неигровым имитационным активным методам обучения. Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой метод активного проблемноситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий).

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Метод case-study – инструмент, позволяющий применить теоретические знания к решению практических задач. С помощью

этого метода студенты имеют возможность проявить и совершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ними будут придерживаться систематического подхода к их анализу, основные шаги которого представлены ниже.

1. Выпишите из соответствующих разделов учебной дисциплины ключевые идеи, для того чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые Вам предстоит использовать при анализе кейса.

2. Бегло прочтите кейс, чтобы составить о нем общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к кейсу и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст кейса, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Продумайте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть при работе с кейсом.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов:

используйте знания, полученные в процессе лекционного курса;

внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами;

не смешивайте предположения с фактами.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом в case-study используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет-презентация.

Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения. Одним из преимуществ публичной (устной) презентации является ее гибкость. Выступающий может откликаться на изменения окружающей обстановки, адаптировать свой стиль и материал, чувствуя настроение аудитории.

Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д. Подготовка письменного анализа кейса аналогична подготовке устного, с той разницей, что письменные отчеты-презентации обычно более структурированы и детализированы. Основное правило письменного анализа кейса заключается в том, чтобы избегать простого повторения информации из текста, информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения. Письменный отчет – презентация может сдаваться по истечении некоторого времени после устной презентации, что позволяет более тщательно проанализировать всю информацию, полученную в ходе дискуссии.

Методические указания для обучающихся для подготовки творческого задания

Целью проведения творческого задания является повышения уровня самостоятельности студентов, активизация познавательной деятельности, стимулирование творческого подхода при решении профессиональных задач.

Выполнение творческого задания в рамках изучения дисциплины является обязательным и предполагает индивидуальную или групповую работу.

Этапы работы над творческим заданием:

1. Определение темы творческого задания. На этом этапе следует определить, будет ли выполняться проект индивидуально или в группе.

2. Формулировка проблемы, постановка цели и задач.

3. Организация деятельности. Если проект выполняется в группе, следует организовать рабочую группу, определить роли каждого участника рабочей группы, спланировать совместную или индивидуальную деятельность по решению задач творческого задания.

4. Активная и самостоятельная работа над проектом; консультации преподавателя; оформление полученных результатов.

5. Подготовка к защите творческого задания.

На выполнение творческого задания отводится 2 недели (время обучения в рамках темы). Объем выполненной работы должен быть оформлен в виде презентации.

Творческое задание считается выполненным полностью в случае:

1. Предоставления полного объема учебных материалов по заранее утвержденной теме, полностью раскрывающих заявленную тему;

2. Размещение материалов в электронной информационно-образовательной среде;

3. Соответствия представленных материалов требованиям по оформлению;

4. Наличия в брендированной презентации творческого задания описания используемых методов и источников литературы;

5. Успешной презентации и защиты проекта на практическом занятии.

Выполненное творческое задание должно быть представлено в виде презентации. При подготовке презентации используется брендированный шаблон презентации Академии. Работа должна быть оформлена соответствующим образом:

- титульный слайд (с указанием дисциплины, вида задания «творческое задание», темы, фамилии студента и преподавателя);
- содержание, или краткий план, выполняемой работы;
- введение (актуальность);
- основная часть (разработанные материалы);
- заключение (выводы);
- библиографический список, ссылки на Интернет-ресурсы.

Обычно презентация содержит около 20 слайдов. Текст на слайдах должен быть читаемым. Слайд не должен содержать только текс. При подготовке презентации следует применять схематичное изложение: использовать рисунки, схемы, диаграммы, графики и рисунки. Презентация должна быть выполнена в деловом стиле.

Подготовка к защите заключается в оформлении электронной брендированной презентации творческого задания, а также подготовке выступления, отражающего цели и задачи работы, основное содержание выполненной работы, полученные результаты, наиболее сильные стороны выполненной работы. Продолжительность выступления – не более 15 минут.

Защита творческих заданий предполагает выступление группы, выполнявшей творческое задание перед студентами и преподавателем. После

каждого выступления присутствующие на защите участники задают вопросы, чтобы прояснить некоторые моменты, выяснить насколько глубоко проработана тема исследования и насколько эффективно. Каждая работа оценивается: при этом оценку своей работы получает каждый участник группы, учитывается выступление на защите, наконец, оценивается вся работа в целом.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, её объем по курсу «Бренд-менеджмент» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
1. *Характеристика особенностей маркетин-*	2. Стадии развития отношений на промышленном рынке;	Работа с литературой, включая ЭБС,	Презентация кейс-задания на семинаре

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
га и продаж в сегментах B2B и B2C	3. Специализация маркетинговой службы и отдела продаж	Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	
2. *Формирование и анализ товарной политики на рынке B2B и B2C*	1. Матрица БКГ как инструмент управления товарным ассортиментом компании 2. Типичные основы производственной компании в процессе маркетингового планирования	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	Презентация кейс-задания на семинаре
3. Характеристика процесса покупки и сбыта на промышленном и потребительском рынках	1. *Основные способы закупки на промышленном рынке.* 2. *Формы присутствия в регионах*	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации творческого задания	Презентация творческого задания на семинаре
4. Политика продвижения на рынках B2B и B2C	1. Особенности общения представителей компании с представителями СМИ в рамках пресс-конференции 2. Этапы событийного маркетинга	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	Презентация кейс-задания на семинаре

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Синяева, И.М. Продажи B2B и B2C : учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков

и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03246-2. – Текст : электронный.
2. Загорская, Л.М. Продажи B2B и B2C : учебное пособие : [16+] / Л.М. Загорская, В.А. Назаркина ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 130 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576584. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3207-5. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Кущ, С.П. Маркетинг на B2B рынках: отношенческий подход : [16+] / С.П. Кущ, М.М. Смирнова ; Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа менеджмента. – Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2010. – 272 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=457953. – Библиогр.: с. 256-267. – ISBN 978-5-9924-0064-9. – Текст : электронный.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева и др. ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / В. Т. Гришина, Л. А. Дробышева, Т. Л. Дашкова и др. ; под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 446 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст : электронный.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Российская ассоциация маркетинга	http://www.ram.ru
2.	Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru
3.	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
4.	Маркетолог	http://www.marketolog.ru
5.	Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе	http://www.aup.ru
6.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
7.	Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН	www.isprras.ru
8.	Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения	www.wciom.ru
9.	Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр»	www.levada.ru
10.	Институт научной информации по общественным наукам	http://www.inion.ru/
11.	Российская государственная библиотека// электронный каталог	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
12.	Национальная электронная библиотека	http://www.rusneb.ru
13.	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
14.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
12.	Кейс-задание	**1. Содержательная часть (максимум 8 баллов):** 7-8 – четко сформулирована цель задания, полноценно раскрыты вопросы кейса, логично выстроено содержание, проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны необходимые доказательства для подкрепления выводов; 4-6 – полноценно раскрыты вопросы кейса, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично дана доказательная аргументация сделанных выводов; 1-3 – ответы на вопросы кейса раскрыты не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы. **2. Выступление (максимум 9 баллов):** 7-9 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 4-6 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-3 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 8 баллов):** 7-8 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 4-6 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1-3 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 25 баллов**
2.	Творческое задание	**1. Творческая часть (максимум 8 баллов):** 7-8 – четко сформулирована цель задания, логично выстроено содержание задания, выполнены все этапы выполнения задания сделанные выводы хорошо аргументированы,

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		представленные результаты подкреплены необходимыми доказательствами, доказана эффективность и целесообразность предложений; 4-6 – цель сформулирована, выполнены не все задания или имеются ошибки при выполнении заданий, результаты не полностью обоснованы, доказательство необходимости реализации предложений не представлены в полной мере; 1-3 – этапы и очередность выполнения задания выполнены не в полной мере, нарушена последовательность, при подготовке использовались данные из открытых источников, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, не оценена целесообразность использования результатов. **2. Выступление (максимум 9 баллов):** 7-9 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 4-6 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-3 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 8 балла):** 7-8 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 4-6 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1-3 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 25 баллов**

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания к практическим занятиям</u>

Практическое задание № 1

Форма практического задания: ситуационный практикум (кейс-задание)

Примеры кейс-заданий

Кейс-задание 1.1: АПХ «Мираторг» - главный по тарелочкам» (на основе официальных данных компании «Мираторг»)

Агропромышленный холдинг (АПХ) «Мираторг» основан в 1995 г. В 2007 г. бразильская компания ***Sadia*** и российская «Мираторг» открыли совместное предприятие (СП) по производству полуфабрикатов (завод

«Конкордия») в Калининграде, однако уже в 2009 г. компания Мираторг получила полный контроль над предприятием. В настоящий момент АПХ «Мираторг» является одним из ведущих производителей и поставщиков мяса на российском рынке (рис. 1).

Предприятия, входящие в состав холдинга, осуществляют полный цикл производства: от поля до прилавка. Такая организационная структура дает АПХ «Мираторг» возможность быть независимым от конъюнктуры различных сырьевых рынков, изменения цен на отдельные виды сырья, оптимизировать себестоимость продукции и минимизировать возможные риски. Вертикальная интеграция позволяет АПХ «Мираторг» осуществлять контроль качества производимой продукции и обеспечивать максимальную эффективность на всех этапах производства.

По эффективности предприятия АПХ «Мираторг» не уступают европейским: основные производственные показатели находятся на уровне ведущих мировых производителей и значительно превышают среднероссийские.

Рис. 1. Логотип АПХ «Мираторг»

В 2008 г. АПХ «Мираторг» был включен в перечень 295 системообразующих предприятий Российской Федерации.

К основным направлениям деятельности компании можно отнести:

- растениеводство;
- производство комбикормов;
- животноводство;
- первичная мясопереработка;
- глубокая мясопереработка;
- низкотемпературная транспортная и складская логистика;
- дистрибуция продуктов питания.

АПХ «Мираторг» является крупнейшим отечественным производителем свинины и ведущим оператором на рынке мяса и полуфабрикатов в России. Дистрибуция продуктов питания — финальное звено в производственной цепочке АПХ «Мираторг». Это направление холдинг начал развивать в 1995 г. За это время удалось создать обширную сеть дистрибуции, которая насчитывает более 16 000 клиентов в разных городах России. Все крупнейшие розничные сети, ведущие мясоперерабатывающие предприятия и предприятия общественного питания являются постоянными клиентами Холдинга.

АПХ «Мираторг» предлагает своим клиентам широкий ассортимент различных видов продукции в основных продуктовых категориях:

- Витамин (замороженные овощи, ягоды, грибы и смеси);
- Мираторг (замороженные полуфабрикаты из мяса птицы, лазанья и готовые блюда);
- ***Gurmama*** (мясные полуфабрикаты);
- Мираторг (охлажденные мясные полуфабрикаты).

В 2015 г. холдинг «Мираторг» сообщил, что стал поставщиком высококачественной говядины собственного производства для сети ресторанов ***McDonalds.*** В своем заявлении президент АПХ «Мираторг» В. Линник отмечает: «Мы давно работаем с ***McDonalds*** — поставляем куриные наггетсы и котлеты для бургеров. Теперь для их приготовления используется и наша говядина. Рецептура — это секрет ***McDonalds,*** а мы гарантируем, что выращиваем животных без гормонов и стимуляторов роста, только на натуральных кормах с заботой и соблюдением самых строгих стандартов качества. „Мираторг“ планирует наращивать поставки на российский рынок и готов к сотрудничеству со всеми участниками рынка ***HoReCa.*** В каком бы сегменте рынка они ни работали — нашей говядины хватит на всех».

Кроме того, в 2015 г. холдинг намерен построить цех по переработке шкур крупного рогатого скота (КРС) и начать реализацию данной продукции для одной из датских компаний, делающей кожаные салоны для машин ***Audi, BMW*** и ***Mercedes.*** Такую информацию передает ИТАР-ТАСС опять же со ссылкой на президента компании В. Линника. Однако о конкретном названии датской компании пока умалчивается.

Самый современный в России завод по переработке говядины в Брянской области уже поставил на рынок более 3300 т высококачественной охлажденной продукции и планирует увеличить производство в 2015 г. до 40 тыс. т. Высокотехнологичные автоматизированные линии по производству полуфабрикатов, в том числе говяжьего фарта, позволяют контролировать качество продукта и абсолютное соблюдение рецептуры на всех этапах.

В настоящее время компания владеет собственной логистической компанией и развернутой сетью дистрибуторских центров, которые являются важными элементами бизнес-модели «от поля до прилавка».

В 2017 году АПХ «Мираторг» подал в Роспатент заявку на регистрацию товарного знака кормов для животных Winner. Из описания заявки следует, что «Мираторг» хочет зарегистрировать товарный знак кормов для сельскохозяйственных и домашних животных, в том числе кошек, собак, комнатных птиц и рыб. Помимо этого, компания намерена зарегистрировать бренд Winner для пищевых добавок и витаминов для животных и ветеринарных препаратов.

Итак, отечественной компании «Мираторг» удалось построить с нуля крупнейшее в Европе вертикально интегрированное производство «от поля до прилавка». На 43 фермах компании в Брянской и Калининградской областях содержится более 250 тыс. голов крупного рогатого скота (КРС) специализированной мясной породы абердин-ангус; работают две площадки зернового откорма и предприятие по глубокой переработке КРС.

Торговая сеть «Мираторг» (фирменная розничная сеть АПХ «Мираторг», созданная в 2010 г.) на сегодняшний день включает в себя 89 магазинов, которые расположены в 7 регионах страны. Компания работает в нескольких форматах: супермаркет, гипермаркет и мясная лавка.

В каждом магазине представлено более 300 наименований фирменной продукции: настоящая мраморная говядина, охлажденное мясо (свинина, курица, телятина), полуфабрикаты и субпродукты, мясо в маринаде, с костью и без, для жарки, тушения и запекания.

Вопросы и задания

1. Изучите информацию на официальном сайте компании «Мираторг». Какие формы кооперации вы обнаружили в представленной ситуации. Аргументируйте свой ответ.

2. Определите, к какому типу конкурентных рынков можно отнести рынок мяса и полуфабрикатов в РФ? При подготовке ответа найдите дополнительную информацию о российском рынке мяса (исследование рынка мяса включить в презентацию).

3. Охарактеризуйте процесс стратегического управления взаимодействия компаний на B2B-рынке. При подготовке ответа используйте дополнительные сведения, представленные на официальном сайте компании «Мираторг».

4. Подготовьте презентацию по заданиям кейса.

Кейс-задание 1.2: "Сибур Холдинг" – крупнейший нефтехимический холдинг России

ПАО "СИБУР Холдинг" – крупнейшая нефтехимическая компания России и Восточной Европы с полным охватом отраслевого цикла от газопереработки до производства мономеров, пластиков и синтетических каучуков и переработки пластмасс.

В настоящий момент холдинг является газоперерабатывающей и нефтехимической компанией с уникальной бизнес-моделью, ориентированной на интегрированную работу двух основных сегментов – топливно-сырьевого и нефтехимического.

Топливно-сырьевой сегмент включает в себя:

1) прием и переработку попутного нефтяного газа (ПНГ), получаемого от крупнейших российских нефтяных компаний;

2) транспортировку, фракционирование и дальнейшую переработку углеводородного сырья, производимого холдингом или закупаемого у

крупнейших нефтегазовых компаний России;

3) маркетинг и продажи топливно-сырьевых продуктов: природного газа, сжиженных углеводородных газов (СУГ), нафты, широкой фракции углеводородного сырья (ШФЛУ), метил-трет-бутилового эфира (МТБЭ) и прочих видов топлива и топливных добавок. Топливно-сырьевые продукты холдинг реализует на внутреннем и международном рынках, а также направляет в качестве сырья в нефтехимический бизнес для дальнейшей переработки в базовые полимеры, синтетические каучуки, пластики, продукцию органического синтеза, полуфабрикаты и прочие продукты нефтехимии.

По состоянию на 31 декабря 2014 г. СИБУР выпускал продукты на 26 производственных площадках, клиентский портфель компании включал более 1400 крупных потребителей в топливно-энергетическом комплексе, автомобилестроении, строительстве, потребительском секторе, химической и других отраслях примерно в 70 странах, общая численность сотрудников холдинга превышала 25 000 чел.

СИБУР занимает первое место в России по объемам переработки попутного нефтяного газа, по данным Центрального диспетчерского управления топливно-энергетического комплекса (ЦДУ ТЭК), и является лидирующей компанией российской нефтехимической отрасли.

Группа владеет и управляет самой широкой в России комплексной инфраструктурой по переработке и транспортировке ПНГ и ШФЛУ[3], расположенной преимущественно в Западной Сибири – крупнейшем российском нефтегазодобывающем регионе. Эта инфраструктура включает семь из девяти действующих газоперерабатывающих заводов (ГПЗ) в Западной Сибири, пять компрессорных станций и три газофракционирующие установки (ГФУ).

На 31 декабря 2014 г. мощности СИБУРа по переработке ПНГ составляли 23,1 млрд куб. м в год, газофракционирующие мощности – 8,0 млн т в год.

В нефтехимическом сегменте СИБУРу принадлежат три установки пиролиза, одна установка дегидрирования пропана, два завода но производству базовых полимеров, выпускающих полиэтилен высокого давления (ПЭВД) и полипропилен (ПИ), три завода по производству синтетических каучуков, выпускающих базовые и специальные каучуки и тсрмоэластопласты, и 13 предприятий, производящих широкий ассортимент полуфабрикатов, пластиков и продуктов органического синтеза, в том числе полиэтилентерефгалат, гликоли, спирты, БОПП-пленки, вспенивающийся полистирол и акрилаты. На 31 декабря 2014 г. мощности СИБУРа по производству базовых полимеров составляли 995 тыс. т в год, синтетических каучуков – 573 тыс. г в год, пластиков и продуктов оргсинтеза – свыше 1 млн т в год.

Вопросы и задания

1. Определите, к какому типу товаров производственно-технического назначения можно отнести весь ассортимент выпускаемых компанией «СИБУР» продукции. Аргументируйте свой ответ.

2. Используя дополнительную информацию, определите основных конкурентов «СИБУР».

3. Определите положение «СИБУР» на рынке по сравнению с конкурентами.

4. Подготовьте презентацию по заданиям кейса.

Кейс-задание 1.3: Повышается качество железнодорожных рельсов в России

Российские железные дороги – одна из крупнейших железнодорожных систем мира, занимающая первое место в мире по протяженности электрифицированных линий и уступающая по общей эксплуатационной длине свыше 85 тыс. км только железным дорогам США. Железные дороги являются и ключевым звеном транспортной системы нашей страны, выполняя более 85% грузооборота (без учета трубопроводного транспорта) и свыше 40% пассажирооборота.

Причем все производство рельсов сосредоточено в Урало-Сибирском регионе на предприятиях ОАО "ЕВРАЗ Нижнетагильский металлургический комбинат" (ЕВРАЗ НТМК) и ОАО "ЕВРАЗ Объединенный Западносибирский металлургический комбинат" (ЕВРАЗ ЗСМК), входящих в структуру ООО "ЕвразХолдинг".

Железнодорожные перевозки преобладают (85%) в транспортной системе России. Рельсы являются основным элементом верхнего строения пути, который в значительной степени определяет безопасность движения. Начиная с 1960-х гг. проблема повышения качества рельсов является одним из основных направлений деятельности Уральского института металлов. К этому времени относится крупное достижение в области теории и практики производства рельсов – разработка и внедрение на НТМК с активным участием института объемной закалки рельсов в масле, что привело почти к двукратному повышению их эксплуатационной стойкости.

В конце XX в. ведущие зарубежные производители рельсов (Япония, Франция, Австрия) провели коренную реконструкцию рельсового производства, в результате чего эксплуатационная стойкость их рельсов стала заметно выше, чем отечественных. Однако в последнее десятилетие благодаря усилиям инженеров предприятий и ученых института металлов и ВНИИЖТ это отставание в значительной степени ликвидировано. Отечественные производители рельсов практически вышли на мировой технический уровень по выплавке стали. В настоящее время рельсы в России производятся только из ненрерывнолитых заготовок вакуумированной кислородно-конвертерной стали (ОАО "ЕВРАЗ НТМК") или электростали (ОАО "ЕВРАЗ ЗСМК").

За счет повышения качества рельсовой стали заметно снизилась пораженность рельсов в пути дефектами контактно-усталостного происхождения. Об этом объективно свидетельствуют результаты полигонных испытаний последних опытных и сертификационных партий рельсов на Экспериментальном кольце ВНИИЖТ, которые показали повышение как 80%-ного ресурса работоспособности рельсов до 725–1100 млн т брутто, так и

наработки до выхода из строя первого рельса по дефектам контактно-усталостного происхождения, приблизившись к показателям для лучших зарубежных рельсов. Это также подтверждают и результаты ежегодного анализа отказов рельсов в пути.

На основе внедрения совместных разработок комбинатов и институтов сейчас в России в массовом масштабе производятся рельсы повышенного качества:

- низкотемпературной надежности, предназначенные для эксплуатации при отрицательных климатических температурах (ниже минус 50 С);
- повышенной износостойкости и контактной выносливости для кривых участков пути;
- повышенной прямолинейности для скоростного совмещенного движения.

Однако качество отечественных рельсов пока не в полной мере удовлетворяет требованиям ОАО "РЖД", в особенности для высокоскоростного движения. Именно по этой причине компания вынуждена приобретать японские рельсы для высокоскоростной магистрали Санкт-Петербург – Москва. В России, в отличие от других стран, нет четкого разграничения путей для грузовых и пассажирских перевозок. У нас реализуется в основном скоростное совмещенное движение грузовых и пассажирских поездов на одних и тех же путях, и это выдвигает высокие требования одновременно как к контактноусталостной выносливости рельсов, так и к их прямолинейности. Причем приоритет на РЖД отдается грузовым перевозкам, которые приносят больший доход, чем пассажирские перевозки. Однако в последние годы эта исторически сложившаяся ситуация начинает меняться и делается уклон на строительство железных дорог для скоростного и высокоскоростного движения.

Стратегическая программа развития железнодорожного транспорта России до 2030 г. предусматривает строительство более 20 тыс. км новых дорог, создание скоростных и высокоскоростных пассажирских линий, а также существенное повышение объемов грузоперевозок. Для решения этих задач необходимо как увеличение объемов производства рельсов, так и коренное повышение их качества. Настало время, когда металлургическая промышленность должна освоить производство рельсов, скорость движения по которым могла бы достигать 200–350 км/ч. Для уменьшения количества сварных стыков, которые являются наиболее слабым местом бесстыкового железнодорожного пути, необходимо перейти от использования рельсов длиной 25 м, выпускаемых нашими заводами, к рельсам длиной 50–100 м.

Производство длинномерных рельсов является мировой тенденцией и освоено на многих зарубежных заводах, где длина выпускаемых рельсов достигла 100–150 м. Чтобы удовлетворить потребности ОАО "РЖД" в длинномерных рельсах высшего, мирового уровня качества, в настоящее время проводится коренная реконструкция рельсового производства на предприятиях ЕвразХолдинга. Для этого при ведущей роли института бы-

ло разработано комплексное технологическое задание для ОАО " НТМК". Завершение реконструкции позволит уменьшить, но не ликвидировать дефицит в высококачественных рельсах, потребность в которых на период 2015–2030 гг. в целом по России оценивается на уровне 1,6-1,7 млн т в год.

В сложившейся ситуации дефицита рельсов высшего качества Управляющая компания "Мечел" приняла решение о строительстве на ОАО "Челябинский металлургический комбинат (ЧМК)" нового рельсобалочного цеха мощностью 1,0-1,1 млн т проката в год, в том числе 560 тыс. т 100-метровых рельсов. В настоящее время на комбинате по контракту с фирмой ***Daneli*** вводятся новые мощности по сталеплавильному производству и строится рельсобалочный цех.

Для отражения в нормативной документации достигнутого уровня повышения качества отечественных рельсов и перспективных требований, которые будут предъявляться к ним после реконструкции рельсового производства на предприятиях ЕвразХолдинга и строительства РБЦ на ОАО "ЧМК", в рамках национального технического комитета по стандартизации ТК 367, функционирующего на базе института, разработан проект нового российского стандарта на рельсы. Процедура его согласования разработчиками – ОАО "УИМ", ОАО "ВНИИЖТ", ОАО "НТМК", ОАО "НКМК", ИМет имени А. А. Байкова РАН, ФГУП "НИИ мостов" – ООО "ЕвразХолдинг" завершена, и новый стандарт был введен с 1 января 2013 г.

Проект нового национального стандарта достаточно полно гармонизирован с Евростандартом ***EN*** 13674–1:2011 – самым жестким зарубежным стандартом, но является неэквивалентным ему. По ряду показателей качества новый стандарт предъявляет повышенные требования к качеству отечественных рельсов с учетом условий их эксплуатации на российских железных дорогах, которые проходят через климатические зоны, где температуры зимой достигают минус 40–50"С. Новый российский стандарт на рельсы будет одним из самых современных.

С целью существенного повышения долговечности и надежности рельсов разработан химический состав среднеуглеродистой легированной стали бейнитного класса и технология производства из нее рельсов. Опытные рельсы, произведенные на ОАО "ЕВРАЗ НТМК", имеют высокую прочность, пластичность и ударную вязкость, значительно превышающие значения этих характеристик для рельсов из обычно применяемой углеродистой стали перлитного класса. Такой комплекс свойств в сочетании с высоким пределом выносливости позволит увеличить стойкость рельсов при эксплуатации в условиях повышенных нагрузок, в кривых малого радиуса и в случае опасности образования термомеханичских повреждений. По величине ударной вязкости такие рельсы также удовлетворяют требованиям к рельсам низкотемпературной надежности.

Завершение реконструкции рельсового производства на ОАО "ЕВРАЗ ЗСМК" и ОАО "ЕВРАЗ НТМК" и его создание на ОАО "ЧМК", в которых институт металлов принимает участие, приведут к внедрению новых технологий на тех участках, на которых имело место отставание отечественной промышленности. В результате в России через год-два про-

изойдет коренное улучшение качества рельсов, которые будут отвечать требованиям передовых зарубежных стандартов и мировому уровню качества, что позволит отказаться от импорта зарубежных рельсов.

Вопросы и задания

1. Сформулируйте конкретные выводы о текущем состоянии и перспективах развития рынка железнодорожных рельсов.
2. В чем преимущества внедрения нового национального стандарта?
3. Как изменит положение рынка рельсов появление ПАО «ЧМК»?
4. Какие конкурентные преимущества имеют?
5. Какую стратегию использовала японская компания при выходе на железнодорожный рынок России?
6. Какие сегменты могут быть выделены на железнодорожном рынке?
7. Определите требования сегментов железнодорожного рынка и их привлекательность?
8. Подготовьте презентацию по заданиям кейса.

Практическое задание № 2

Форма практического задания: ситуационный практикум (кейс-задание)

Пример кейс-задания: «Программы лояльности на B2B-рынке»

Формирование лояльной аудитории является ключевой задачей, стоящей перед нынешними маркетологами в сегменте B2B. Именно обширная лояльная аудитория позволяет наращивать клиентскую базу за счет рекомендаций и как следствие, создавать новые возможности для продаж.

Тем ни менее, B2B сектор сейчас больше озабочен вопросами объема продаж, нежели проблемой удержания существующих клиентов и стимулирования их на повторные покупки и расширение объемов партнерства. Эта проблема касается большей части игроков всего сектора, специалистам которого уже жизненно необходимо переключить внимание с продукта и внутренних бизнес-процессов на клиентов и более эффективное взаимодействие с ними.

Безусловно, одним из важнейших инструментов здесь является грамотная программа лояльности, в которой четко сформулированы задачи, определены целевые группы и способы диалога с ними, и предусмотрена возможность предоставления соответствующих, персонализированных предложений.

Стоит отметить, что в России сегмент программ лояльности в B2B продажах пока развит недостаточно широко, однако именно здесь ее необходимость ощущается особенно остро, так как привлечение новых бизнес-партнеров требует значительно бóльших инвестиций, нежели формирование лояльности у покупателя в сегменте традиционных продаж. И здесь потери особо ощутимы. В условиях плотной конкуренции в промышленности, когда многие компании производят продукцию со схожими параметрами, особенно важно углублять диалог с ритейлерами, посредниками, оптовыми закупщиками, расширяя их знания о бренде, его ценностях, преимуществах товара и новинках каталога.

Если разобраться, взаимодействие с клиентами в B2B имеет немало общего с тем, как происходит диалог бренда с покупателем в B2C сегменте. Есть покупатель, есть продукт, есть необходимость того, чтобы покупатель чаще выходил на связь с брендом, и выделял определенную компанию на фоне конкурентов за счет более глубокого погружения в ее ценности, более объемных знаний о ее преимуществах и новинках. И если в B2C сегменте потеря одного-двух покупателей не отражается на эффективной работе компании, то в B2B она может иметь достаточно серьезные последствия.

Цели программ лояльности и их эволюция

Начнем с того, что программы стимулирования продаж существуют давно, и в них есть некоторые элементы того, что можно назвать «программой лояльности». И задачи «максимум» у них схожие: привлечение новых клиентов и создание условий для удержания партнеров существующих. Однако в более тонкой настройке цели стимулирующей программы и программы лояльности в B2B имеют принципиальные различия и со временем претерпевают принципиальные изменения.

Исторически сложилось так, что большинство стимулирующих программ в B2B сегменте запускаются как краткосрочные, и нацелены на достижение определённых KPI, таких как продажи конкретных SKU, оптимизация ассортимента, борьба за место на полке или улучшение презентации того или иного товара. И когда партнеры действуют в соответствии с требованиями программы, они получают определенный набор бонусов. Программа имеет свой ограниченный срок действия, по окончанию которого проводится анализ ее эффективности.

Главным минусом такого подхода является невозможность непрерывного анализа эффективности бизнес-партнерства, так как совместная программа имеет ограниченный срок действия (год, квартал и тд), и не связана с последующими и предыдущими активностями. Процесс зачастую не автоматизирован, а данные, извлеченные вручную, отражают лишь действия бизнес-партнеров в рамках достаточно ограниченных задач. В таких условиях маркетологи постоянно сталкиваются с невозможностью более глубокого анализа эффективности взаимодействия. И, как следствие, не могут заниматься его расширением.

Более того, подобный подход нередко становился (и становится) причиной злоупотреблений и уловок, например, для получения бонусов ритейлер закупает товары с запасом, после чего в течение продолжительного времени не производит закупок вовсе. Согласитесь, при таком сценарии совершенно невозможно вести четкую планомерную работу, планируя финансовые потоки, нагрузку на логистические направления и прочие сегменты деятельности компании.

По причине все той же разрозненности, компании не могут оценить то, каким образом одна кампания влияет на другую, и какие именно техники более эффективно воздействуют на партнеров. Анализ строится на результатах конкретной кампании, и не рассматривает всю систему промоактивности. В дополнение к этому, компании-производители все чаще от-

мечают, что хотели бы включить в программу взаимодействия новые варианты активности партнеров, однако их желания не находят отражения в традиционных механиках.

Главный недостаток существующих программ стимулирования сбыта заключается в том, что они никоим образом не влияют на углубление знаний посредников и закупщиков о ценностях конкретного бренда, его новинках и особенностях производства. Можно сказать, что клиенты имеют дело исключительно с конечным продуктом. И риск того, что конкурент начнет выпускать такой же продукт и предоставит не менее выгодные условия достаточно велика.

Повышение осведомленности о продукте стало новым направлением в программах лояльности для B2B сектора. Погружение в особенности продукта приводит к росту продаж, так как клиенты становятся не только более компетентными в отношении особенностей товара, но и постепенно берут на себя роль так называемых «адвокатов» конкретного бренда. Это, в свою очередь, выделяет производителя на фоне конкурентов и дает ему сильное преимущество.

Стремление к расширению объемов партнерства и углублению осведомленности клиентов о конечном продукте привели к появлению в современных B2B программах лояльности двух новых элементов:

- Непрерывность и прозрачность

Партнеры должны понимать, что именно они должны делать для того чтобы оставаться активными участниками программы, и каким образом они могут получать максимальные преимущества на протяжении продолжительного периода времени.

- Увеличение числа точек взаимодействия

Производитель и ритейлер могут быть полезны друг другу не только в контексте SKU и получаемых бонусов. Так, бренд может получать информацию о конечных потребителях, а ритейлер, в свою очередь, может оперативно получать данные о его предложениях, новинках, обновлениях каталога, и использовать их для оптимизации ассортимента. И то, и другое возможно за счет создания особой коммуникационной среды, центр которой – в активностях, которые в определенном смысле лежат «над торговлей».

И главный вопрос: как заставить поставщика активно участвовать в жизни такой платформы?

Пример реализации. Американская мультинациональная компания, в процессах которой заняты более 90 000 сотрудников со всего мира, искала новый способ прямого взаимодействия с ритейлерами и оптовыми покупателями. Зная, что партнеры активно закупают подобные продукты и у других производителей, компания хотела усилить вовлечение закупщиков, а также повысить узнаваемость бренда и лояльность клиентов.

Задача была непростая – найти новый формат диалога с посредниками и оптовыми покупателями в виде предоставления им понятного и интересного контента. Компания запустила новый сайт и хотела сделать так, чтобы партнеры чаще заходили на его страницы и регулярно принимали

участие в активностях, способствующих повышению узнаваемости бренда и четкому пониманию его ценностей и преимуществ на фоне конкурентов.

Было не просто найти надежного поставщика решения, чья программа лояльности и вовлечения поможет автоматизировать маркетинговые активности и построить эффективную и, что немаловажно, оригинальную концепцию.

Решение

Компания Comarch, крупнейший европейский поставщик решений для управления программами лояльности, решили скорректировать структуру нового сайта, добавив в него регулируемые параметры. При этом содержание сайта стало меняться по месяцам. Новые статьи, визуальные элементы, игровые моменты стали реперными точками, стимулирующими регулярное посещение платформы.

Но не новый интересный контент стал главной «фишкой» проекта, – Comarch предложил внести в существование сайта элемент геймификации. Именно он и стал центром притяжения аудитории.

Посетителям было предложено начать зарабатывать очки, играя для этого в короткие игры. Игры, созданные Comarch, требуют выполнения определенных заданий за ограниченное время. И каждый раз, когда пользователь не завершает игру, очки «сгорают», таким образом, с первого раза игрок хочет завершить игру с максимальным результатом. При этом очки сгорают и при бездействии игрока в течение недели или месяца, благодаря чему, игрок остается вовлеченным в процесс непрерывно.

Игры представляют собой опросы-викторины, и подписчики не просто развлекаются, а в процессе ответа на вопросы узнают новые факты о бренде, о преимуществах продукции, об особенностях производственного процесса и о ценностях, которые компания хочет транслировать своим потребителям. Заработанные очки игроки могут обменивать на призы из каталога, на участие в аукционах и в рейтинге лидеров. При этом, как мы уже сказали, контент обновляется раз в месяц, и у «новичков» в борьбе за призы ровно такие же возможности, как и у тех, кто принимает участие в играх давно.

Главной задачей для компании было создание условий и интересных элементов для того, чтобы партнеры регулярно заходили на вебсайт и через активности узнавали больше о бренде. Программа, разработанная Comarch, помогла заказчику достичь поставленной цели. Посещаемость платформы за один год после запуска выросла в полтора раза, при этом визиты стали регулярными.

Через год 98% пользователей завершали одну игру в месяц, а для 77% число выполненных заданий в месяц достигло пяти. При этом в компании отмечают, что и «классические» KPI, свойственные традиционной стимулирующей партнерской программе претерпели качественные изменения. Закупки стали более разнообразными, а знание особенностей производства новинок способствовало лучшей выкладке продукции в рознице.

В условиях современного рынка, когда уникальный клиентский опыт

имеет значение не только в отношениях между ритейлом и покупателем, но и в B2B сегменте, программа лояльности должна уходить от чистых «меркантильных» сценариев и способствовать установлению нового формата диалога между бизнес-партнерами. Ведь именно от понимания оптовыми покупателями, посредниками и дистрибьюторами ценностей бренда, от знания новинок, особенностей технологических процессов во многом зависит то, когда, где и насколько объемно продукция будет представлена в рознице. И можно сказать, что такая бизнес-лояльность является базой, фундаментом для развития всей компании.

Вопросы и задания

1. Основываясь на материалах кейса, а также используя дополнительные источники информации, приведите примеры компаний, успешно реализующих программы лояльности на рынке B2B.
2. Ответ подготовьте в виде презентации, дав краткую характеристику компании и ее клиентов, описав программу лояльности.
3. Дайте оценку рассмотренной программы лояльности.

Практическое задание № 3

Форма практического задания: творческое задание

Пример творческого задания: «Разработка скрипта для «холодных звонков» на рынке B2B»

Прежде всего следует уяснить, что 90% успеха холодных звонков зависит от дисциплины и техник разговора. Холодный звонок – это не что иное, как набор алгоритмов, отработанных до автоматизма.

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: ЧЕГО СЛЕДУЕТ ИЗБЕГАТЬ

Вот 8 самых главных врагов холодных звонков.

1. МАЛО ЗВОНИТЬ

Холодные звонки — это закон больших чисел в действии. Существует прямо пропорциональная зависимость между количеством совершенных звонков и количеством продаж. Если звонков совершается мало, то это незамедлительно скажется на выручке.

2. НЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ СКРИПТ

Как уже было сказано, холодные продажи — это всего лишь технология, отшлифованная до блеска. А любая технология подразумевает наличие понятного алгоритма действий. В нашем случае скрипта разговора. Без него почти каждый клиент может завладеть инициативой и завести беседу вникуда.

3. НЕ ФИКСИРОВАТЬ ДОГОВОРЕННОСТИ

Если продажа не состоялась, но вы расцениваете холодный звонок как перспективный, нельзя терять голову. В этом случае нужно зафиксировать договоренности, чтобы использовать их при дальнейших шагах. Помните, некоторые люди вообще склонны много говорить и обещать. И только четко сформулированный результат разговора может как-то их дисциплинировать и заставить заплатить.

4. НЕ УЗНАВАТЬ ПРИЧИНУ ОТКАЗА

Очень часто при холодных продажах люди отказываются автоматически. Но это не значит, что ваше предложение нерелевантно. Уточните у человека с помощью наводящих вопросов, почему он сказал «нет». Если выведете его на возражение, получите материал, с которым вполне можно поработать и даже успешно закрыть сделку.

5. НЕ ПРОСЛУШИВАТЬ РАЗГОВОРЫ МЕНЕДЖЕРОВ С КЛИЕНТАМИ

Холодные разговоры менеджеров должны оцениваться руководителем с помощью листа развития менеджера. Последний представляет собой таблицу с навыками продажника и контрольными точками разговора. По этой таблице оценивается качество переговоров с клиентами от первого контакта до финальной стадии.

6. ПРОДАВАТЬ ЛИЦУ, НЕ ПРИНИМАЮЩЕМУ РЕШЕНИЯ

Холодный звонок и беседа с человеком на другом конце провода поначалу приятная могут обернуться настоящим разочарованием. Так происходит, если менеджер забывает выяснить беседует ли он с лицом, принимающим решение о покупке.

7. ВПЕЧАТЛЯТЬСЯ КАЖДЫМ ОТКАЗОМ

Менеджер не должен принимать близко к сердцу отказы клиентов. Это нормальная повседневная практика холодных звонков. Быстрое «нет», пусть иногда и высказанное в грубой форме, — вовсе не повод, чтобы бесконечно рефлексировать и брать паузы на обдумывание. Забудьте и двигайтесь дальше.

8. НЕ ПРИДЕРЖИВАТЬСЯ ГРАФИКА РАБОТЫ

Отсутствие четкого графика у менеджеров, совершающих холодные продажи, с четко обозначенными разрешенными паузами пагубно скажется на уровне продаж. Хорошая практика, когда продавцы непрерывно звонят 50 минут подряд и каждые последние 10 минут часа отдыхают.

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: КАК СОСТАВИТЬ СКРИПТ

Что такое холодные звонки? Если вы все еще думаете, что это какая-то гениальная импровизация продавца, то заблуждаетесь. Холодные звонки — это, прежде всего, предварительная тщательная подготовка скрипта.

Чтобы подготовить продающий скрипт холодных звонков, воспользуйтесь этим четырехступенчатым планом.

1. СБОР ИНФОРМАЦИИ И ПОДГОТОВКА

Работа с холодными звонками начинается со сбора и анализа информации по 5 направлениям.

► Определение цели. Регистрируем, приглашаем или сразу продаем.

► Продукт. Поиск аргументов для формирования ценности через алгоритм ХПВ: характеристики – свойства – преимущества – выгоды.

► Целевая аудитория. Предполагаем «истинные» ценности и потребности потенциальных покупателей.

► Конкуренты. Добываем скрипты лучших из отрасли и смотрим, как они совершают холодные звонки Советы, как это сделать: используйте

методику mystery shopper, устройтесь на работу к конкуренту, просто попросите у коллег — могут поделиться.

► Внутренние источники. Проанализируйте записи холодных звонков менеджеров, которые закончились покупкой.

2. РАЗРАБОТКА ТЕСТОВОЙ ВЕРСИИ СКРИПТА

Когда вся предварительная информация собрана, приступайте к написанию тестового скрипта. При этом учитывайте 3 момента, на которых базируются холодные звонки. Техника тут проста.

► Структура

Помните о классике продаж, когда продумываете структуру скрипта. Техника холодных звонков подразумевает использование алгоритма «5 этапов продаж»: открытие — выявление потребностей — презентация — работа с возражениями — закрытие.

► Длина

Длина текста, который должен произносить продавец во время холодного звонка, варьируется в зависимости от цели. Если цель – лидогенерация (зарегистрировать, пригласить), то 5 минут — это предел. Когда нужно «закрыть» сделку прямо по телефону, возможно, потребуется немного больше времени. Дело в том, что тогда сотруднику нужно двигаться по циклическому сценарию по мере возникновения возражений. Тем не менее, тут тоже должно быть установлено ограничение по времени. Обычно 10-12 минут хватает, чтобы закрыть от 3 до 5 возражений. Если покупатель продолжает сопротивляться, то продолжать разговор бессмысленно.

► Гибкость

Текст разговора может быть максимально детализирован. И того, кто совершает холодный звонок в этом случае даже продавцом не назовешь. Он просто с выражением читает то, что «подсовывает» ему умная система. Причем даже работу с возражениями можно автоматизировать. Остается следить за тоном и настроением. Такое возможно, когда продукт предельно ясен, а контуры аудитории строго очерчены.

3. ТЕСТЫ

Текст готов. «Запускаем» получившийся скрипт холодных звонков в работу. Контролируем исполнение со стороны сотрудников по этому чеклисту.

- Менеджер говорит четко по тексту
- Покупатель не перехватывает инициативу в беседе
- Все варианты возражений по продукту учтены
- Слова и фразы, которые привели к отказу

4. ВНЕДРЕНИЕ

После тестов и работы над ошибками автоматизируем «подачу» продающего скрипта холодного звонка. Для этого воспользуйтесь специальными сервисами, например, HyperScript. Они позволяют:

- писать, корректировать, актуализировать текст в одном месте;
- сравнивать эффективность скриптов и сотрудников;
- отображать необходимые части скрипта прямо во время разговора;

- найти этапы, на которых чаще всего происходит сбой;
- интегрировать все данные с CRM.

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: ПЕРВОЕ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

В холодных звонках очень важно в первые 3 минуты произвести нужное впечатление. Используйте правильную интонацию, будьте позитивны и дружелюбны. И следуйте алгоритму ниже.

ПРИВЕТСТВИЕ

Даже после двухсотого звонка нужно сделать так, чтобы «здравствуйте» звучало искренне.

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ

Дальше необходимо дружелюбно и спокойно сообщить, как зовут менеджера и из какой он компании.

«КРЮК» ЯСНОСТИ

Затем обязательно объяснить, как так получилось, что вы звоните. Можно использовать самые различные основания: заявка непосредственно от клиента, установленные ранее договоренности, звонок по рекомендации и т.д. Это и есть, так называемые, «крюки» ясности.

ОЗВУЧИВАНИЕ ЦЕЛИ

Приурочив звонок к какому-либо «крюку» ясности, следует сообщить о целях и намерениях. Так можно сэкономить время и внести понимание в предмет разговора.

ПРОГРАММИРОВАНИЕ

Если после озвучивания цели холодного звонка, разговор продолжается, нужно «запрограммировать» его, то есть договориться о регламенте и тайминге. Тогда, скорее всего, вас не будут перебивать.

«ДА-ДА/НЕТ-НЕТ»

Если после этого человек согласен продолжать беседу, значит «программирование» прошло. Если не согласен, уточните, что именно не устраивает клиента, установите другие договоренности и действуйте согласно им.

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: КВАЛИФИКАЦИЯ КЛИЕНТА

Квалификация клиента очень важна, когда вы используете такой канал, как холодные звонки. Качество контактов при таком прозвоне бывает довольно низким. Ведь вы просто предполагаете, что звоните тому, кто может заинтересоваться. То есть, по сути, занимаетесь лидогенерацией, пытаясь просеять холодную базу, чтобы получить, действительно, целевой лид.

Лидов нужно много. Поэтому вы не можете себе позволить тратить время на пустые разговоры. В связи с этим в скрипте должны быть завуалированы определенные «фильтры», позволяющие быстро квалифицировать контакт. Под этими «фильтрами» подразумеваются вопросы, задав которые вы поймете:

- есть ли у человека потенциальный интерес к продукту;
- располагает ли он средствами/бюджетом, чтобы совершить покупку;

- если есть принципиальный интерес и деньги, то какова может быть потенциальная величина сделки.

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: ВЫЯВЛЕНИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Если открытие сделки, в результате которого формируется первое впечатление, прошло удачно, то холодный звонок переходит во вторую фазу. Это фаза выявления потребностей и их формирования, если они не идентифицируются с необходимой для покупки четкостью.

Для выявления и формирования потребностей используются вопросные техники по методике СПИН.

С — ситуационные вопросы. Задаются с целю разобраться в текущей ситуации.

П — проблемные вопросы. С их помощью продавец пытается нащупать «боль» клиента – его проблему. При этом происходит первое «надавливание» на болевую точку.

И — извлекающие вопросы. Намекают на последствия «нерешения» проблемы.

Н — направляющие вопросы. «Раскрывают глаза», демонстрируя наилучшее решение и снимают «боль».

Данная методика эффективна, так как в ее основе лежит механизм «сократического» диалога. У клиента в результате складывается впечатление, что он приходит к решению о покупке абсолютно самостоятельно.

В процессе выявления/формирования потребности во время холодного звонка вы должны квалифицировать собеседника по следующим 4 параметрам:

- у человека есть принципиальный интерес к сделке;
- перед вами лицо, принимающее решение (ЛПР);
- что и в каком объеме способен «освоить» потенциальный заказчик.

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: ПРЕЗЕНТАЦИЯ

По технике холодных звонков в них должны содержаться фразы презентации. Презентация представляет собой перечень выгод от приобретения продукта. К выгодам продавец приходит через выше упомянутый алгоритм ХПВ и презентует их по схеме:

► 1. На основе выявленных/сформированных потребностей заявляется ключевое в системе ценностей покупателя свойство продукта.

► 2. С помощью фразы-перехода обозначается преимущество от определенного свойства.

► 3. Преимущество переводится в разряд выгод: преимущество – «ноутбук очень быстрый», а выгода – «он может работать с мощными программными пакетами и не нервировать пользователя своей «тупостью».

При этом не забывайте, что выгоды бывают не только логическими, но и эмоциональными (вы будете счастливы и горда собой), психологическими («настоящая женщина», «настоящий мужчина» и т.д.), социальными (теперь вы принадлежите к самой продвинутой части населения и т.д., потому что у вас есть iPhone).

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: ТИПИЧНЫЕ ВОЗРАЖЕНИЯ КЛИЕНТОВ, И ЧТО ОНИ ОЗНАЧАЮТ

Возражения в холодных звонках варьируются в зависимости от отрасли, однако есть типичные:

1. «Дорого»
2. «Я подумаю»
3. «Я вам сам перезвоню»

Клиенты не всегда открыто выражают свои сомнения и могут «маскировать» настоящие причины отказа под этими фразами. Задача — выявить их и помочь покупателю принять правильное для себя решение.

ВОЗРАЖЕНИЕ «ДОРОГО»

Так, когда человек говорит дорого, то это может означать:

- «дайте скидку»,
- «сделайте дешевле»,
- «у конкурентов дешевле».

Если у вас просят время на обдумывание, начинайте «думать» незамедлительно вместе с клиентом, так как на самом деле вам говорят:

- «не сейчас»,
- «я подумаю»,
- «отложите»,
- «мне нужно посоветоваться»,
- «дайте отсрочку»,
- «я посовещаюсь»,
- «давайте на следующей неделе».

ВОЗРАЖЕНИЯ «Я ПЕРЕЗВОНЮ»

Когда вам горят слова — «я вам сам перезвоню», то это, скорее всего, результат какой-то ошибки на ранних этапах холодного звонка. Скорее всего, менеджер просто не вызывает доверия у клиента.

Подробнее о способах работы с возражениями читайте в статье «Возражения в продажах: «дорого, я перезвоню, я подумаю»

ТЕТРАДЬ ДЛЯ РАБОТЫ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Мы также рекомендуем иметь в отделе продаж тетрадь по работе с возражениями во время холодных звонков. Она создается в результате прослушки звонков и коллективного обсуждения наиболее удачных из них.

В тетради должны присутствовать следующие разделы:

► Наиболее часто встречающиеся возражения. Возражения клиентов, полученные в процессе холодных звонков, в формате вопросов.

► Варианты ответов на возражения. Записываются все варианты ответов на возражения. Особенно те, которые были проработаны коллективно.

► Лучшие ответы. В графе ставятся плюсы и минусы в зависимости от того, когда ответ был озвучен и удалось ли пройти данное возражение на практике.

Очень важно, чтобы работа с возражениями в холодных звонках велась на практике, а не изучалась в теории. Менеджеры должны досконально знать все возможные варианты ответов и почти спонтанно применять их во время холодного звонка.

ПРАКТИКА ХОЛОДНЫХ ЗВОНКОВ

Чтобы достичь это, продавец должен действовать по алгоритму.

► 1. Подключаем прием активного слушания. Выслушаем возражение. В нужных местах говорим: «ага», «угу», повторяем последние 2 слова фразы с вопросительной интонацией.

► 2. Выражаем понимание. Прямо так и произносим фразу «Я вас понимаю».

► 3. Присоединение. От 2-го к 3-ему этапу нужно перейти довольно быстро. Тут нужно объяснить, что конкретно вы понимаете: резюмируем своими словами.

► 4. Контраргумент. Это «пуля» выгоды. Причем обоймы с такими пулями, то есть списки выгод и контраргументов заготавливаются заранее. Каждая из них соответствует определенной группе возражений.

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: КАК УСКОРИТЬ ПОКУПКУ

Сокращение длительности сделки актуально для компании из любого сегмента бизнеса. И если для этого используются холодные звонки, то у каждого менеджера наготове должны быть инструменты, способные зажечь покупателя, мотивировать его быстро принять решение.

Инструменты для мотивации клиентов во время холодного звонка:

► Ранняя бронь на продукт. Опишите выгоды, если покупатель принимает решение заранее.

► Дополнительный функционал. Предложите что-то в рамках той же стоимости при покупке именно сейчас.

► Подарок. Придумайте, что подарить такого, что не принесет вам дополнительных материальных затрат, но будет ценно для клиента.

► Специальное предложение по сниженной цене. Сделайте скидку, которая будет действовать ограниченный период времени.

► Специальные условия на вторую покупку. Придумайте, какие условия вы можете предложить при повторном обращении к вам.

► Создавайте поводы для покупки. Делайте предложения под праздники, юбилеи, дни рождения.

Все перечисленные предложения в обязательном порядке нужно ограничивать по сроку действия. Это дает мотивацию для принятия окончательного решения о покупке.

ХОЛОДНЫЕ ЗВОНКИ: «ОБХОД» СЕКРЕТАРЯ

Если вы занимаетесь B2B продажами, то в скрипте холодного звонка должны быть заложены варианты для «обхода» секретаря. Воспользуйтесь один или несколькими способами сразу из приведенных ниже.

► 1. Найдите «материальную» причину для секретаря, которая послужить поводом для разговора или встречи с ЛПР: книга, флешка, инсай-

дерская презентация. Из рабочих слов, понятных секретарю, можете также использовать слова — «пробники» или «подарки».

► 2. Придумайте сложную фразу, которая будет изобиловать профессиональным сленгом, касающуюся специфики деятельности компании-покупателя. Секретарь, скорее всего, ничего не поймет, но либо проникнется уважением, либо побоится взять на себя ответственность судить о том, что вы только что предложили. Результат – перевод на ЛПР.

► 3. Найдите себе «секретаря». Пусть кто-то позвонит, представившись вашим секретарем и договорится о телефонном разговоре/встрече с ЛПР. Этот прием можно усилить техникой DDL (Deadline): «Мой руководитель в городе всего лишь на 1 день, ему нужно срочно встретиться с вашим руководителем».

► 4. Позвоните в нерабочее время. Обычно секретари не работают до 9 утра и после 6 вечера. А вот их «подопечные» очень даже работают. Попробуйте позвонить в такое время, когда вовсе не придется разговаривать с секретарем.

Вопросы и задания

1. Выберите компанию, работающую в сегменте B2B.
2. Выберите продукт, который производит данная компания.
3. Используя материалы кейса и официальный сайт выбранной компании составьте подробный скрипт для работы менеджера по продажам.
4. По материалам выполненного задания подготовьте презентацию.

Практическое задание № 4

Форма практического задания: ситуационный практикум (кейс-задание)

Кейс-задание 4.1: «Маркетинговые коммуникации компании "КомпьюТЕРРА"»

Компьютерная компания "КомпьюТЕРРА" находится в городах Петропавловск-Камчатский и Владивосток.

Основным направлением компании является предоставление организациям такой услуги, как ***IT-***аутсорсинг.

Приоритетной задачей компании является устранение неприятностей, с которыми сталкиваются организации и предприятия, взаимодействующие с любой компьютерной техникой, будь то принтер, монитор, ноутбук, стационарный ПК или система видеонаблюдения! Компания является авторизованным партнером разработчиков программного обеспечения ***Kaspersky, Microsoft,*** "1С" и пр. Это, пожалуй, единственная компания на Камчатке, в которой можно приобрести программный продукт по московским ценам с бесплатной доставкой на дом или в офис в Петропавловске-Камчатском, Елизово и Вилючинске. Также компания помимо услуг ***IT***-аутсорсинга предоставляет услуги профессионального ремонта ноутбуков, стационарных компьютеров, моноблоков, систем видеонаблюдения, планшетов, смартфонов, КПК, видеорегистраторов и прочей электроники, с выездом специалиста в организацию. Компания занимается заправкой картриджей, и при этом дает гарантию на работы по заправке и

восстановлению лазерных картриджей не менее месяца (при условии неполной выработки заправленного материала и невмешательства специалистов иных сервисных центров).

Также компания "КомпьюТЕРРА" занимается внедрением и сопровождением программ "1С", созданием сайтов и автоматизацией торговли, торговым эквайрингом, монтажом систем видеонаблюдений.

Компьютерная компания "КомпьюТЕРРА" предлагает воспользоваться услугой абонентского обслуживания компьютеров и компьютерной техники для организации.

IT-аутсорсинг, или абонентское обслуживание, компьютеров включает:

- 1) анализ и ***IT***-аудит информационных систем. Планирование ее оптимизации;
- 2) автоматизация производства, торговли и прочих экономических видов деятельности;
- 3) установка/переустановка операционных систем и программного обеспечения;
- 4) установка и настройка офисной техники и периферийных устройств;
- 5) решение любых проблем связанных с техническим состоянием компьютерной техники в организации;
- 6) возможность заключить договор поставки запасных частей для любой компьютерной техники;
- 7) регулярное профилактическое обслуживание компьютеров и всей информационной системы, включая сервера, офисную технику, локальную сеть и т.д.

Заключая договор, вы получаете в свое распоряжение штат так называемых приходящих системных администраторов (ПСА). ПСА – это квалифицированные инженеры-специалисты, которые полностью возьмут на себя заботу о компьютерах и оргтехнике вашей компании. Штат включает специалистов огромного спектра деятельности:

- 1С-программисты;
- специалисты по монтажу и дальнейшему сопровождению АВС (локальных вычислительных сетей всевозможных уровней и классификаций);
- инженеры, занимающиеся пайкой микроэлектронных схем;
- инженеры, занимающиеся обслуживанием серверов (***Windows***, ***Linux*** и пр.);
- системные администраторы, занимающиеся сопровождением операционных систем и пр.;
- менеджер закупки запчастей, занимающийся поставкой запасных частей и компонентов любой компьютерной техники.

Преимущества компании:

1) стоимость услуг нашей компании гораздо ниже, чем расходы на содержание штата технических специалистов;

2) гак же одним из главных преимуществ компании является присутствие в штате нескольких специалистов, которые могут заниматься, едино-

временно, обслуживанием объектов предприятия, имеющего несколько удаленных друг от друга офисов, магазинов, филиалов и иных дочерних точек;

3) в то же время профессионализм, компетентность и скорость реагирования сотрудников компьютерной компании "КомпьюТЕРРА" гораздо выше;

4) кроме того, гарантия качества проделанных работ подкрепляется договором, в котором учтены все обязанности компании по выполняемым работам. Услуги наемного ***IT***-специалиста не дают таких преимуществ.

Количество рабочих станций на предприятии	Цена обслуживания офиса в зависимости от количества плановых профилактических выездов в месяц, руб/мес. В скобках указана расчетная цена за один компьютер		
	"Базовый"	"Оптимальный"	"Расширенный"
	Один плановый выезд специалиста	Два плановых выезда специалиста + один экстренный	Четыре плановых выезда специалиста + два внеплановых
1-2	1000-1300	1300-1600	1600-2000
3-5	1500-2500 (500)	2100-3500 (700)	3000-5000 (1000)
6-9	2800-2250 (470)	3900-5850 (650)	5400-8100 (900)
10-14	4400-6150 (440)	6100-8540 (610)	8500-11 900 (850)
15-20	6000 8000(400)	8850-11 800 (590)	12 450-16 600 (830)
21-27	8400-10 800 (400)	12 390-15 930(590)	17 430-22 410 (830)
28-35	11 160-13 825 (395)	16 380-20 475 (585)	23 100-28 875 (825)

Подобного рода ***IT***-услуги рассчитаны прежде всего на компании с небольшим парком компьютерной техники, которые не держат в штате собственного ***IT***-специалиста. Системное администрирование может осуществляться как в режиме "разового" вызова, так и на постоянной основе. Последний способ предпочтительнее прежде всего для заказчика, так как компания-заказчик заключает договор с поставщиком услуг и получает соответствующие гарантии и обязательства. Специалисты "КОМПЬЮТЕРРА" будут находиться в ее распоряжении по заранее согла-

сованному графику, а при необходимости будут готовы выехать в течение 1–2 ч для устранения экстренных проблем, а также дать консультации по телефону, ***Skype,*** электронной почте, ***ICQ*** и другими удобными для сотрудников заказчика средствами обмена информации.

Экстренный вызов специалиста осуществляется путем оповещения менеджера-оператора, который в свою очередь высылает специалиста соответствующего направления. Это значительно экономит время устранения поломки и в итоге снижает количество компьютерных сбоев и повышает стабильность работы предприятия.

Политика продвижения. При выборе торгового предложения "Расширенный" организация получает скидку в 3% на обслуживание компьютерной техники. Таким образом, стоимость месячного обслуживания 17 рабочих станций при четырехразовом плановом (и двухразовом количестве экстренных) посещении компании составит 14 110 руб. – 3% = 13 686 руб., что несоизмеримо с месячной заработной платой квалифицированного ***IT***-специалиста, который будет обслуживать технику. Причем эти расходы можно списать на себестоимость производства. Внеплановые выезды, связанные с внезапным выходом из строя частей компьютерной системы, осуществляются дополнительно и в кратчайшие сроки.

Вопросы и задания

1. Какие направления деятельности компании нуждаются в развитии?
2. Как может выглядеть система маркетинговых коммуникаций данной компании? Составьте план коммуникативных мероприятий на ближайшее полугодие.
3. Обоснуйте затраты на запланированные мероприятия, ориентируясь на уровень известных вам текущих цен.
4. По материалам кейса и выполненного задания подготовьте презентацию.

Кейс-задание 4.2: «Группа предприятий "ГОТЭК" – остаться в лидерах...»

Группа предприятий "ГОТЭК" – крупнейший в Российской Федерации производитель современной упаковки и упаковочных материалов, лидер отечественного рынка по ассортименту выпускаемой продукции[2]. Компания начала серийный выпуск продукции еще в конце 1960-х гг. Сегодня она объединяет 10 производственных объединений, в число которых входят:

- ЗАО "Управляющая Компания "ГОТЭК" – управляющая компания, осуществляющая единое стратегическое развитие группы предприятий и определяющая инвестиционную политику;
- ЗАО "ГОТЭК" – компания по производству гофрированного картона, транспортной и потребительской упаковки с многоцветной флексографской печатью;

- ЗАО "ПОЛИПАК" – компания по производству гибкой упаковки на основе полимерных и бумажных материалов с многоцветной флексографской печатью;
- ЗАО "ГОТЭК-ЛИТАР" – компания по производству упаковки из формованной бумажной массы;
- ЗАО "ГОТЭК-ПРИНТ" – полиграфическая компания по производству упаковки из картона и пластика с многоцветной офсетной печатью;
- ООО "ГОТЭК-ЦЕНТР" – компания по производству гофрированного картона, транспортной и потребительской упаковки с многоцветной флексографской печатью;
- ООО "ГОТЭК-ЦПУ" (Центр предоставления услуг) – компания, осуществляющая функции финансового, бухгалтерского учета и логистики для всех предприятий группы "ГОТЭК";
- ЗАО "ГОТЭК-АВТО" – автомобильная компания, оказывающая транспортные услуги предприятиям группы "ГОТЭК";
- ЗАО "ГОТЭК-СТРОЙ" – компания, оказывающая строительные услуги предприятиям группы "ГОТЭК";
- ЗАО "ГОТЭК Северо-Запад" – предприятие по производству гофрированного картона, транспортной и потребительской упаковки с многоцветной флексографской печатью.

Группа компаний "ГОТЭК" выпускает продукцию следующих видов[3]:

- гофроупаковка: четырехклапанные ящики, тара для крупногабаритных грузов, изделия сложной конфигурации (высечная продукция);
- гофрокартон в листах;
- транспортные лотки для яиц;
- гибкая упаковка; пленка полиэтиленовая без печати и с печатью, однослойные пленки;
- упаковка на бумажной основе;
- полиграфическая упаковка из картона хром-эрзац, кэшированного гофрокартона, металлизированного картона и пластика.

Объединение "ГОТЭК" дважды победило в конкурсе "Лучшие российские предприятия". В 2005 г. "ГОТЭК" стал одним из 500 крупнейших предприятий России. Всего у группы компаний "ГОТЭК" уже более 20 дипломов и 40 медалей российских и международных выставок и конкурсов в сфере упаковки. Многие из них присуждены за динамичное развитие, что весьма примечательно для предприятия с "почтенным", казалось бы, возрастом. Так, например, в списке многочисленных достижений компании значатся:

1) на II Всероссийском конкурсе на лучшую упаковку и этикетку "ПродЭкстраПак – 2007" бокс для подарочного набора сока "Я" производства ЗАО "ГОТЭК-Принт" получает награду в номинации "Упаковка для напитков";

2) на VII Межрегиональной оптово-розничной Курской Корейской ярмарке группа предприятий "ГОТЭК" награждена дипломом

"За внедрение инновационных разработок";

3) шоу-бокс для чипсов "Лейз" производства ЗАО "ГОТЭК-Принт" стал победителем Всероссийского конкурса на лучшую упаковку "Гранд- Звезда Россия – 2008";

4) новогодняя упаковка ЗАО "ГОТЭК-Принт" для РЖД удостоена Гран- при Всероссийского открытого конкурса "МЭТР ПОЛИГРАФИИ – 2008";

5) гофроящик для ЖК-телевизора "Самсунг" производства ЗАО "ГОТЭК" получил награду на конкурсе "Гранд-Звезда Россия – 2009", проходившем в рамках Международной выставки "Росупак" с 15 по 19 июня 2009 г.

Клиентами концерна являются крупные российские и зарубежные производители кондитерских изделий, сигарет, алкогольных напитков, быстрозамороженных смесей и многих других товаров потребительского рынка.

Группа "ГОТЭК" является новатором в бизнесе, и это на протяжении не одного десятка лет остается основой ее успеха. Для решения стратегических задач у нее есть все необходимое: современные технологии и оборудование от ведущих мировых производителей, многолетний опыт работы упаковочном сегменте российской экономики, высокий уровень сервиса и квалифицированный вовлеченный персонал. В своей работе с заказчиками "ГОТЭК" использует персонифицированный подход, работает ради удовлетворения их потребностей в качественной упаковке. На предприятиях группы внедрена и успешно функционирует система менеджмента качества ***ISO 9001:2000.***

В течение десяти последних лет "ГОТЭК" применяет стратегию оптимизации своей операционной модели, внедряет новейшие технологии и оборудование, развивает и расширяет портфель высококачественных упаковочных решений. В результате такой политики рост производства многократно превысил средний показатель в отрасли. На фоне столь впечатляющей динамики компания демонстрирует высокую эффективность всей своей работы. По мнению экспертов отечественного потребительского рынка, группа "ГОТЭК" входит в сотню наиболее успешных и самых быстрорастущих компаний России.

Демонстрируя приверженность общепринятым в мировой практике нормам ведения бизнеса, "ГОТЭК" всецело придерживается высоких международных стандартов корпоративного управления и декларирует свою полную открытость. Компания следует политике высокой социальной ответственности перед собственными сотрудниками и членами их семей, перед населением ряда регионов, в которых она работает, перед всем гражданским обществом в целом.

Вопросы и задания

1. Какие средства стратегических маркетинговых коммуникаций из групп прямого и косвенного воздействия следует применять компании для увеличения числа своих клиентов? При подготовке ответа используйте

информацию, изложенную в тексте, а также данные, представленные в сети Интернет.

2. Какие дополнительные средства стратегических маркетинговых коммуникаций наиболее эффективно использовать компании «ГОТЭК» для укрепления своего имиджа как лидера упаковочной отрасли РФ? Аргументируйте свой ответ.
3. По материалам кейса и выполненного задания подготовьте презентацию.

Кейс-задание 4.3: «Группа "Илим" – крупнейшая компания российской целлюлозно-бумажной промышленности»

Группа "Илим" – лидер российской целлюлозно-бумажной промышленности, крупнейшая в Европе и шестая в мире компания по запасам лесных ресурсов и объемам лесозаготовки[2]. Стратегическим партнером Группы "Илим" и владельцем 50% ее акций является крупнейшая в мире целлюлозно-бумажная компания ***International Paper.*** Центральный офис Группы "Илим" расположен в Санкт-Петербурге.

Предприятия, расположенные в Ленинградской, Архангельской и Иркутской областях, являются ключевыми в российском лесопромышленном комплексе: на них выпускается 70% всей российской товарной целлюлозы, 20% картона и 32% бумаги. Общий годовой объем производства целлюлозно-бумажной продукции в компании превышает 2,96 млн т.

Ассортимент выпускаемой продукции компанией можно условно разделить на четыре группы.

1. ***Тарный картон.*** В 2014 г. производство тарного картона в компании превысило 647 тыс. т. Предприятия группы выпускают следующие виды тарного картона:
   - крафтлайнер (филиалы в г. Коряжме и Братске);
   - флютинг (филиал в г. Коряжме).

Доля компании в выпуске российского картона составляет более 24%.

2. ***Бумага.*** В Группе "Илим" бумагу производит филиал в г. Коряжме. Общие объемы производства в 2014 г. составили 453 тыс. т. Филиал выпускает офсетную бумагу для печати, офисную, мешочную и обойную бумагу, а также мелованную бумагу "Омела". Доля компании в общем объеме производства бумаги в России составляет около 6%.

3. ***Целлюлоза.*** Группа "Илим" выпускает следующие виды целлюлозы:
   - сульфатная беленая хвойная (филиалы в Усть-Илимске и Братске);
   - сульфатная беленая лиственная (филиалы в Коряжме и Братске);
   - сульфатная небеленая хвойная – флект (филиалы в Усть-Илимске и Братске).

Выпуск товарной целлюлозы в 2014 г. превысил 1,8 млн т. Доля компании в общероссийском производстве товарной целлюлозы превышает 66%.

4. ***Гофроупаковка.*** Гофроупаковку в компании производит завод, расположенный в Ленинградской области. Завод мощностью 140 млн кв. м гофроупаковки в год был построен и запущен в пос. Коммунар в 2008 г.

Завод производит:

- трех- и пятислойный гофрокартон различных марок с широким спектром используемых профилей гофровалов с бурым и белым верхними слоями;
- упаковку сложной формы и конструкции (лотки, поддоны);
- четырехклапанные гофроящики с возможностью полноцветной печати;
- комплектующие к гофроящикам;
- упаковку для крупногабаритной продукции.

Приоритетами Группы "Илим" являются потребности клиентов, технологии, обеспечивающие производственное преимущество, экология, развитие талантов сотрудников, промышленная безопасность и безопасность труда, а также социально ответственное ведение бизнеса.

Группа "Илим" – крупнейший инвестор в лесной отрасли России. В рамках инвестпрограммы "Илим-2014" компания реализовала два масштабных проекта – "Большой Братск" и "Большая Коряжма". В рамках "Большого Братска" Группа "Илим" построила и запустила новую и крупнейшую в мире целлюлозную линию объемом производства 720 тыс. т целлюлозы в год. В рамках "Большой Коряжмы" запущено новое бумагоделательное производство. Общий объем инвестиций превысил 2 млрд долл.

Вопросы и задания

1. В каких выставках (в зависимости от их направления) компании следует принимать участие для привлечения новых клиентов? При составлении списка выставок используйте дополнительные источники информации.
2. Разработайте таблицу-график проведения выставок.
3. Оцените затраты на проведение выставок, используя дополнительные источники информации
4. По материалам кейса и выполненного задания подготовьте презентацию.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Продажи B2B и B2C» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно / не зачтено)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Определение предмета, объекта и особенностей маркетинга в сегменте B2B и B2C.
2. Сравнительная характеристика потребительского и промышленного рынков.
3. Формы коммуникации на рынках B2B и B2C.
4. Дистанции между партнерами на промышленном и потребительском рынке.
5. Формы кооперации и конкуренции на промышленных и потребительских рынках.
6. Характеристика (типология) промышленных покупателей.
7. Мотивация покупателей на рынках B2B и B2C.

8. Сущность и принципы сегментации промышленных и потребительских рынков.
9. Выбор целевых сегментов промышленного и потребительского рынка.
10. Позиционирование на промышленном и потребительском рынке.
11. Особенности проведения маркетинговых исследований в сфере B2B и B2C.
12. Основные задачи процесса закупки и типы деловых закупок.
13. Основные виды закупочной ориентации компаний и типы закупочных процессов на промышленном и потребительском рынке.
14. Основные стадии процесса закупки на промышленном и потребительском рынке.
15. Модель покупательского поведения Уэбстера и Уинда (модель «закупочного центра»).
16. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение на промышленном и потребительском рынке.
17. Модель покупательского поведения Шета.
18. Модель вознаграждения / оценки (модель Андерсона и Чемберса).
19. Модель покупательского поведения Шоффре и Лильена.
20. Модель поведения фирмы в условиях неопределенности (модель Д. Марча и Р. Сайерта)
21. Стратегии брендинга на промышленном и потребительском рынке.
22. Факторы, влияющие на процесс ценообразования на промышленном и потребительском рынке.
23. Цели и методы ценообразования на промышленном и потребительском рынке.
24. Стратегии ценообразования на промышленном и потребительском рынке.
25. Сущность и отличительные особенности системы сбыта промышленных и потребительких товаров.

Задания 2-го типа

1. В чем отличие рынка B2B от B2C?
2. В чем отличия потребительского и промышленного маркетинга?
3. Что влияет на спрос на промышленном рынке?
4. В чем специфика спроса на потребительском рынке?
5. Что такое каналы сбыта в сегменте B2B? Приведите примеры.
6. Приведите примеры B2B услуг, дайте их описание.
7. Для чего необходимо сегментирование рынка потребителей и покупателей в сегменте B2B и B2C?
8. Как принимаются решения о закупках на промышленном рынке? Приведите пример закупок на конкретном предприятии сегмента 2B2.
9. Каковы роли участников процесса закупок?
10. Какие виды посредников на промышленном рынке?

11. Как осуществляется процесс взаимодействия покупателя и торгового представителя на рынке B2B и B2C?
12. Рекрутинг, отбор и обучение торгового персонала компании.
13. Приведите примеры применения технологии SPIN-продаж.
14. В чем особенности личной продажи промышленных товаров? Как проводить деловые переговоры?
15. Каковы особенности рекламы промышленных товаров по сравнению с потребительскими?
16. Какие инструменты стимулирования сбыта применяются в сегментах B2B и B2C?
17. Каковы роль выставочной и ярмарочной деятельности как инструментов маркетинговых коммуникаций на промышленном рынке?
18. Как оценить эффективность событийного маркетинга в сегменте B2C?
19. Приведите примеры проведения мероприятий паблик рилейшнз на промышленном и потребительском рынках.
20. Всегда ли необходимо знать долю рынка? Обоснуйте свой ответ.
21. Для чего проводится анализ клиентской базы в продажах B2B и B2C?
22. Как сегментирование рынка связано с каналами распределения на рынке?
23. Сравните коммуникации на B2B и B2C рынках, в чем отличия?
24. Какие существуют виды продвижения продукции на рынках B2B и B2C?
25. Почему «личные продажи» наиболее дорогой вид продвижения?

Задания 3-го типа

Задание 1. Как можно мотивировать сотрудников, осуществляющих «холодные звонки», защитить их от выгорания?

Задание 2. При реализации продукции машиностроительных предприятий довольно сложно осуществлять продажи по телефону, так как внутренней информации в открытых источниках недостаточно. Что может быть целью телефонных переговоров? Какие каналы оптимально подходят для продажи, учитывая, что клиенты разбросаны по всей стране и выезжать к каждому из них накладно и нецелесообразно?

Задание 3. Как составить сценарий (скрипт) для сотрудника отдела продаж, чтобы избежать ошибок в работе с клиентами?

Задание 4. При «холодных звонках» менеджер отдела продаж связывается с секретарем, которая отвечает, чтобы всю информацию отправили на электронную почту. Далее в течение 2-3 недель никакого ответа. При повторном звонке – снова секретарь, снова «Высылайте на электронную почту». Как менеджеру сделать торговое предложение?

Задание 5. Менеджер по продажам пытается убедить клиента в приобретении аппарата лазерной резки, который необходим ему для производства. Но у клиента довольно много вопросов и сомнений по поводу

станка. Как можно ответить на все его вопросы и устранить сомнения? Что нужно делать менеджеру?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Складская логистика»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4

III. Тематический план.....5

IV. Содержание дисциплины.....6

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....7

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....14

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....14

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Складская логистика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Складская логистика» закладывает основы для разработки комплекса мер по применению логистического подхода по интеграции процессов, связанных с достижением цели бизнеса, определить место дисциплины в будущей специальности. При этом комплекс мер основывается на соответствующей нормативно-правовой базе, включающий как федеральные законы и документы регулирующих государственных органов, так и стандарты, лучшие практики, отраслевые и локальные документы.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области складской логистики, а также практических навыков в сфере организации и управлении складским хозяйством.

Задачи изучения дисциплины:

- выработать у студента представление о системе товародвижения как о едином технико-технологически и планово-экономически интегрированном механизме, обеспечивающем продвижение товаров от производства до потребителя;
- обучить студентов основам логистического подхода к организации товародвижения в торговле (закупок, продаж, транспортировки и складирования торговых грузов).

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	**ПК-2**	Использует новые технологические решения при организации и управлении процессами и операциями в розничных торговых предприятиях	Знает классификацию складов в логистике; основные принципы и задачи формирования складской сети; современные тенденции в развитии складского хозяйства; основные показатели склада и их определение; алгоритм выбора системы складирования, критерии выбора	Умеет определять количество складов в складской сети и их размещение; выбирать вид и размер склада; определять затраты на складе; определять оптимальный размер запасов на складе	Имеет практический опыт оптимальной разработки системы складирования; эффективного использования складского персонала; оптимизации товарных запасов	Контактная работа: Лекции Практикум по решению задач, Семинары, Ситуационный практикум Самостоятельная работа

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Задачи логистического менеджмента на складе.	4	4								6	Реферат /10 Доклад /10
Тема 2. Организация складской деятельности	4			4						6	Ситуационный практикум 1 /10
Тема 3. Процесс поступления грузов на склад	4			4						6	Ситуационный практикум 2 /10
Тема 4. Технологии хранения грузов	5			**5**						6	Ситуационный практикум 3 /10
Тема 5. Технологии отбора, комплектования и хранения готовых заказов на складе и отгрузка товаров	5			**5**						6	Ситуационный практикум 4 /10
Тема 6. Технико-экономические показатели деятельности склада	5		**3**	**2**						7	Ситуационный практикум 5 /10 Практикум по решению задач 1/15

Тема 7. Оптимизация складских процессов	5		**5**	**2**						7	Ситуационный практикум 6 /10 Практикум по решению задач 2/15
Всего:	**32**	**4**	**6**	**22**						**64**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Задачи логистического менеджмента на складе.

Склад как подсистема логистической системы. Роль и место склада в логистической системе. Логистические функции складской системы. Логистические операции складской системы. Основные элементы складской системы.

Тема 2. Организация складской деятельности.

Основное назначение и виды складов. Классификация складов в логистике. Современное складское хозяйство: сооружения для обеспечения сохранности товаров; сооружения для разгрузки и погрузки; подъемно-транспортное оборудование; емкости для размещения товаров; устройства и оборудование для перемещения, пакетирования, штабелирования, укладке и хранения товаров и подготовке их к отгрузке; весовые и измерительные средства; противопожарные средства; охранная сигнализация; упаковочное оборудование; маркировочные средства.

Тема 3. Процесс поступления грузов на склад.

Разгрузка и первичная приемка товаров. Приемка грузов от перевозчиков. Приемка товаров по критериям (по количеству, по качеству). Участие в приемке представителей поставщиков. Размещение товаров (методы размещения, адресная система, укладка товаров).

Тема 4. Технологии хранения грузов.

Хранение товаров. Отправка товаров (обработка товаров на отгрузку, отбор товаров, упаковка, обязанности отправителя). Маркировка (правила маркировки, манипуляционные знаки и надписи, экологическая маркировка). Отгрузка (классификация грузов, сдача грузов перевозчикам).

Тема 5. Технологии отбора, комплектования и хранения готовых

заказов на складе и отгрузка товаров.
Основные элементы складского хозяйства предприятия и связывающие их грузопотоки. Микро логистическая схема складской системы предприятия. Совокупность внутрипроизводственных складов и грузопотоков. Основные этапы разработки модели внутрипроизводственной логистической системы. Терминал сбора данных как многофункциональный мини-компьютер, используемый работниками склада, бухгалтерами, логистами, мерчендайзерами и товароведами. Основные задачи устройства — собирать, хранить и передавать данные о товаре в единую автоматизированную систему. Определение объёма товарных запасов.

Тема 6. Технико-экономическое показатели деятельности склада.
Мощность склада, размер грузооборота, пропускная способность, коэффициенты использования площади и вместимости склада, уровень механизации складских работ, себестоимость переработки 1 т груза, производительность труда работников склада и окупаемость капитальных вложений.

Тема 7. Оптимизация складских процессов
Проблемы на пути повышения эффективности складских комплексов: организационные; технологические (последовательность и методология выполнения операций); информационные (информационные системы учета и обработки данных, средства коммуникации); технические (наличие, адекватность и степень изношенности технических ресурсов). Логистическая экспертиза. Перепроектирование технологий работы склада. Совершенствование организационно-управленческих решений.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Складская логистика» используются такие виды учебной работы, как лекция, семинар практикум по решению задач, ситуационный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции
Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание

при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы.

В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

При чтении лекций по дисциплине преподаватель использует электронные мультимедийные презентации.

Обучающимся предоставляется возможность копирования презентаций для самоподготовки и подготовки к промежуточной аттестации.

Методические указания для обучающихся участия в семинаре

Семинарское занятие (семинар) - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических вопросов под руководством преподавателя.

Семинарское занятие органично связано со всеми другими формами организации учебного процесса, включая, прежде всего, лекции и самостоятельную работу студентов. На семинарские занятия выносятся узловые темы курса, усвоение которых определяет качество профессиональной подготовки студентов.

При этом важно, чтобы учебные вопросы, выносимые для обсуждения на семинаре, не дублировали материала лекции, но сохраняли бы тесную связь с её принципиальными положениями.

Особенностью семинарского занятия является возможность равноправного и активного участия каждого студента в обсуждении рассматриваемых вопросов.

Цель семинарского занятия - развитие самостоятельности мышления

и творческой активности студентов, формирование общих компетенций.

Задачи семинарского занятия:

- закрепление, углубление и расширение знаний студентов по соответствующей учебной дисциплине;
- формирование умения постановки и решения интеллектуальных задач
- и проблем;
- совершенствование способностей по аргументации студентами своей
- точки зрения, а также по доказательству и опровержению других
- суждений;
- демонстрация студентами достигнутого уровня теоретической подготовки;
- формирование навыков самостоятельной работы с литературой.

Различают три типа семинара:

1) семинар, имеющий основной целью углублённое изучение определённого тематического курса;

2) семинар, предназначенный для основательной проработки определённых тем курса;

3) семинар исследовательского типа по отдельным проблемам науки.

В зависимости от степени и характера подготовки обучаемых, дидактической цели занятия, методики рассмотрения и обсуждения вопросов и проблем, семинары могут проводиться:

- с обсуждением конкретных (заданных) вопросов темы без заранее подготовленных выступлений, докладов, рефератов;
- с заслушиванием и последующим обсуждением на занятии заранее подготовленных рефератов, докладов, сообщений по заданным вопросам темы (проблемы);
- с заслушиванием сделанных на семинаре сообщений, показов кинофрагментов, видеозаписей, содержащих определённые аспекты опыта производственной деятельности, обучения, воспитания, управления и последующим обсуждением наиболее важных из них;
- в виде семинара-практикума, когда занятие проводится одним или несколькими обучаемыми под руководством преподавателя.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора

практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;
- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;
- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума обучающиеся

имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по написанию реферата

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Инновационный менеджмент» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой(конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению

изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Задачи логистического менеджмента на складе.	Основные направления развития логистики. Глобальные, частные (локальные) и общие задачи логистики. Миссия логистики. Семь правил логистики. Концепция логистики. Логистистическая функция.	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка по теме семинара.	Выступление с докладом на семинаре, подготовка презентации. Участие в дискуссии.
Тема 2. Организация складской деятельности	Материальный поток. Объем груза. Параметры материальных потоков. Финансовый поток. Параметры финансового потока. Классификация финансовых потоков. Информационный поток. Классификация информационных потоков. Сервисные потоки.	Работа в библиотеке. Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка по теме ситуационного практикума	Описание решения ситуации кейса.
Тема 3. Процесс поступления грузов на склад	Основные проблемы складского хозяйства и склада в логистике.	Работа в библиотеке. Работа с источниками Интернета. Составление конспекта. Подготовка по теме ситуационного практикума.	Описание решения ситуации кейса.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 4. Технологии хранения грузов	Изучение публикаций по теме Современные технологии складских логистических операций.	Работа в библиотеке. Работа с источниками Интернета. Составление конспекта. Подготовка по теме ситуационного практикума.	Описание решения ситуации кейса.
Тема 5. Технологии отбора, комплектования и хранения готовых заказов на складе и отгрузка товаров		Работа в библиотеке. Работа с источниками Интернета. Составление конспекта. Подготовка по теме ситуационного практикума.	Описание решения ситуации кейса.
Тема 6. Технико-экономические показатели деятельности склада	Экономическая эффективность логистических операций на складе.	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму. Подготовка по теме ситуационного практикума	Отчет по практикуму. Описание решения ситуации кейса.
Тема 7. Оптимизация складских процессов	Проблемы пути повышения эффективности складских комплексов и пути их решения на современном этапе.	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму. Подготовка по теме ситуационного практикума	Отчет по практикуму. Описание решения ситуации кейса.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Гаджинский, А.М. Логистика : учебник / А.М. Гаджинский. – 21-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 419 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495765

2. Марусева, И.В. Логистика: краткий курс / И.В. Марусева, В.В. Котов, И.Я. Савченко; под общ. ред. И.В. Марусевой. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 196 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494454

3. Левкин, Г.Г. Логистика : учебник / Г.Г. Левкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 268 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496875

Дополнительная литература:

1. Тебекин, А.В. Логистика : учебник / А.В. Тебекин. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 355 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495837

2. Левкин, Г.Г. Логистика: теория и практика / Г.Г. Левкин. – 2-е изд. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135685

1. Корсаков, А.А. Основы логистики: Руководство по изучению дисциплины. Практикум по изучению дисциплины / А.А. Корсаков ; Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. – Москва : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. – 69 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90793

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
.	Клуб менеджеров E-xekutive.	http://www.e-xecutive.ru/
.	Электронная библиотека образовательных ресурсов (ЭБОР)	http://elib.oreluniver.ru/

.	Научная электронная библиотека eLIBRARY	http://elibrary.ru/
.	Федеральное агентство по науке и инновациям.	http://www.wiki2.org/
.	IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru
.	Электронно-библиотечная система Издательства «ЛАНЬ»	http://e.lanbook.com/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Сво-

бодно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/Soft-Microsoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО

ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	16-15 – работа выполнена в срок, самостоятельно, пра-вильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 14-10 – работа выполнена в срок, самостоятельно, пра-вильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 9-6 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 5 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.
2.	Ситуационный практикум	10-9 – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 8-7 – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 6-5 – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
3.	Семинар	10-9 – ответ излагается последовательно и правильно, ответ подкреплен научными фактами и примерами, профессиональная терминология применяется корректно. 8-7 – студент демонстрирует понимание материала, может обосновать свои суждения, привести примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные, но допускает ошибки или некорректное применение профессиональной терминологии; 6-5 – вопросы и ответы в основном правильные, ответ является достаточный, хотя и не всегда аргументированным. 0-1 – вопросы и ответы не раскрывают специфику вопроса, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания к практикумам по решению задач</u>

Практическая работа № 1 Применение метода миссий для оптимизации закупок

Цель работы: Закрепление теоретического материала и практическое применение метода миссий для формирования эффективной закупочной деятельности торгового предприятия с использованием электронных таблиц Excel.

Содержание работы:

1. Рассчитать логистические издержки и финансовый результат от закупки и реализации товаров.

2. Выполнить анализ структуры логистических издержек, выявить наиболее прибыльные и убыточные виды товаров.

3. Обосновать предложения, направленные на снижение издержек и повышение эффективности закупочной деятельности торгового предприятия.

4. Выполнить расчеты с учетом предложений и сделать выводы.

Практическая работа № 2 Применение методов ABC и XYZ - анализа в управлении запасами.

Цель работы: приобретение практических навыков в дифференциации объектов управления в логистике.

Содержание работы:

1. Выполнить дифференциацию объектов управления по степени их важности и влияния на конечный результат с использованием АВС-анализа. По результатам анализа построить график.

2. Выполнить дифференциацию объектов управления в зависимости от

стабильности спроса и возможности планирования и прогнозирования объмов производства или закупок с использованием XYZ-анализа. По результатам анализа построить график.

3. Составить матрицу ABC и XYZ – анализа и обосновать логистические решения в области управления запасами для каждой группы ассортимента.

Практическая работа № 3. Методы управления закупками и запасами

Цель работы:

Приобретение практических навыков расчета оптимального и экономичного размера

заказа и моделирования систем управления запасами.

Содержание работы:

1.Рассчитать оптимальную величину заказа (исходные данные в табл.1)

2. Определить экономичный размер заказа при условии предоставления поставщиком

оптовых скидок.

3. Определить экономичный размер заказа при допущении дефицита.

4. Рассчитать параметры различных систем управления запасами и построить графики

Практическая работа № 4. Управление материальными потоками на основе пооперационного учета логистических издержек на складах.

Цель работы:

Закрепление теоретических знаний и приобретения практических навыков расчета показателей, характеризующих эффективность функционирования склада.

Содержание работы:

1. Рассчитать величину суммарного материального потока на складе.

2. Рассчитать стоимость грузообработки на складе и выполнить факторный анализ влияния объема и стоимости отдельных видов складских операций на общую стоимость грузообработки. Обосновать предложения, направленные на снижение складских издержек.

3. Рассчитать точку безубыточности и прибыль от деятельности склада.

4. Рассчитать размеры технологических зон склада.

5. Оптимизировать размещение товаров на складе.

Практическая работа № 5. Определение месторасположения склада

Задача 1

Склад в течение месяца (30 дней) работал 18 дней. Определите процент

груза, который прошел через приемочную экспедицию, если товары в течение месяца поступали равномерно; и в рабочие, и в выходные дни?

Задача 2

Имеются координаты магазинов (в километрах) и данные об их грузообороте (Гi). Координаты магазинов в соответствии с их номерами (Х, У): № 1 (15,40); № 2 (50,40); № 3 (30,55); № 4 (50,10); № 5 (80,45); № 6 (85, 35); № 7 (70, 20); № 8 (90, 25). Грузооборот магазинов в соответствии с их номерами (тонн в месяц): 35, 60, 20, 45, 60, 10, 55, 10. Расположение магазинов в координатной сетке показано на рис. 1. Определите место для размещения распределительного склада методом определения центра тяжести грузовых потоков.

Практическая работа № 6. Определение площади склада

Компания «РИМ» является крупной торгово-посреднической компанией, которая занимается продажей бытовой и электронной техники. В связи с выходом на новые рынки и увеличением объема продаж, компания планирует приобрести склад в Москве. Рассчитайте площади складских зон, принимая во внимание, что зона хранения будет поделена на два участка: участок А – стеллажное хранение товаров группы «мелкобытовая техника», участок В – штабельное хранение товаров группы «крупная бытовая техника».

Типовые задания к ситуационным практикумам

Расположенный в Москве производственно-складской комплекс «Хлебосол» (ПСК) обслуживает 50 магазинов, торгующих полуфабрикатами. 20 магазинов сотрудничают с ПСК напрямую, а оставшиеся 30 — через два распределительных региональных центра в Санкт-Петербурге и Самаре, за каждым из них закреплено по 15 магазинов.

ПСК «Хлебосол» разместился в одном здании, включающем в себя склад и две производственные линии по изготовлению рыбных и мясных изделий. Склад общей площадью 2650 м2 находится в центре здания на минимальном расстоянии от производственной линий и делится на склад сухого хранения емкостью 1052 палетомест, холодильник на 400 палетомест (температура хранения от -18 до +4 0 С) и морозильник на 1300 палетомест (от -18 до -24°С). Также компания использует отдельное здание емкостью 1000 палетомест для хранения упаковочных материалов.

Склад оснащен электрическими штабелерами, способными поднять груз весом до 1500 кг на высоту до 7м, и электрическими тележками, использующимися для сбора заказов и их перемещения в зону отгрузки. ПСК функционирует в круглосуточном режиме 7 дней в неделю,365 дней в году, не останавливаясь ни на минуту. Для всех сотрудников склада установлен 12-часовой рабочий день при посменном графике работы (два дня рабочих, два — выходных).

В дневной смене трудится 30 человек, в ночную почти в половину меньше — 16. Обязанности ночных смен, как правило, сводятся к сборке

заказов магазинов и производственных линий, получению продукции с производства и осуществлению отгрузок на экспорт. Обязанностями дневных смен являются приемка продукции и отгрузка заказов, собранных ночной сменой.

Приемка продукции

При приемке продукции каждую машину досматривает координатор, обращая особое внимание на внешний вид продукции, целостность упаковки.

Поскольку для некоторых видов продукции важно учитывать их температуру при поступлении, то компанией были составлены нормы температуры для охлаждения продукции.

Например для замороженных товаров температура должна быть не выше – 17,9°С. Хотя вся продукция приходит с ветеринарными свидетельствами и сертификатами соответствия, существует список товаров, приемка которых производится только в присутствии представителя службы контроля качества (специалиста лаборатории). Он участвует в досмотре и делает забор проб для анализа. Окончательную приемку товара по количеству проводит координатор, занося полученные данные в контрольный лист.

После сверки контрольного листа и получения разрешения от службы контроля качества производится оформление документов на товар и внесение их в информационную систему.

Управление запасами

На складе раз в неделю формируется специальный отчет по всей товарной номенклатуре склада. В нем ключевыми параметрами для менеджеров группы являются продажи за неделю и уровень запаса. Оценка достаточности текущего уровня запаса производится с помощью значений минимального, оптимального и максимального уровней запаса. Если уровень запаса ниже минимального значения, то в обязательном порядке производится допоставка. Вопрос лишь в том, сколько заказать. Желательно, чтобы на момент следующего отчета запас оказался в допустимом интервале.

Если текущий запас находится в интервале между минимальным и максимальным значениями или чуть-чуть превышает максимум, то потребуется произвести примерный расчет складского остатка за неделю. Сделать это можно, сравнив продажи за предыдущую неделю с прогнозируемым уровнем продаж на следующую, На основе полученных результатов принимается решение о заказе и его объеме. В некоторых случаях вывод о необходимости дозаказа можно сделать, опираясь на данные об объеме продаж за предыдущую неделю и остатках на складе определенных видов продукции. Проанализировав, таким образом, остатки по всей номенклатуре, менеджеры материальной группы формируют заказы и расписание приходов на неделю вперед. Затем, получив заказы от магазинов, вставляется расписание отправок и график работы сотрудников.

Управление заказами и отгрузка продукции

На складе существует отдел по работе с покупателями, который 2 раза в неделю (понедельник и четверг) принимает от магазинов заказы на поставку продукции. Кроме функций приема и обработки заказов, этот отдел

отвечает за поддержание единообразия товарной номенклатуры склада и магазинов, а также составление расписаний приходов и отправок. Все полученные заказы разбиваются на группы по дате доставки и магазинам, от которых получены заявки.

На указанную в заявке дату в определенный магазин формируется один заказ. После чего проводится его проверка на соответствие объемам кузовов имеющихся автомобилей. При необходимости заказ корректируется. Затем его отправляют в магазин на подтверждение, в ходе которого магазин может внести в заказ изменения.

По завершению процедуры согласования окончательно сформированный заказ поступает на склад, где его и собирают. Обычно сборка заканчивав минут за 30—40 до подачи машины, за это время производится проверка комплектности заказа, что позволяет избежать недостач и излишков товара при отгрузке.

Перед отгрузкой товара производится проверка его температуры, и только после этого товар загружают в кузов автомобиля. Оформляют сопроводительные документы (ветеринарное свидетельство, удостоверение качества и т. п.), заверяют накладные необходимыми печатями и подписями. После этого машину взвешивают. Если разница реального веса машины и веса, указанного в товарно-транспортной накладной, составляет более 50 кг, то автомобиль отправляется на дополнительный досмотр. И только после выяснения, а по возможности, и устранения причин изменения веса машина выпускается на марш-72 рут.

ПСК «Хлебосол» имеет собственный парк автомобилей, состоящий из 15 машин, с помощью которых поставляет продукцию в магазины Московской и Ленинградской областей. Магазины Самарской области обслуживаются местной транспортной компанией «Транспорт». За 2004 г. со склада ПСК было осуществлено 18 423 отправки, т.е. в среднем 50 отгрузок в день и 1535 — в месяц.

Вопросы

1. Охарактеризуйте основные элементы системы складирования ПСК «Хлебосол».

2. Постройте схему логистического процесса на складе ПСЗ «Хлебосол».

Анализ выполнения основных задач по обеспечению информационной безопасности

Основные задачи по обеспечению информационной безопасности	**Степень выполнения**

Дополнительно опишите ваши замечания по полученным данным, в частности по оценке информационных активов, рисков, угроз, политики ИБ

и так далее.

Примерные темы рефератов:

1. Значение складского хозяйства как составной части инфраструктуры общественного производства.
2. Логистический сервис складского хозяйства
3. Бенчмаркинг в складской логистике
4. Складская логистика в современной России
5. Складская логистика производственного предприятия
6. Складская логистика в строительстве
7. Эволюция складской логистики
8. Складская логистика региона
9. Экономико-математические методы в складской логистике
10. Управления рисками в сфере складской логистики
11. Современные логистические технологии в складской деятельности
12. Инновации на рынке складских услуг
13. Управление качеством складской логистики
14. Информационные технологии в складской логистике
15. Автоматизация складской деятельности предприятия
16. Законодательная база организации складского хозяйства
17. Мотивация персонала склада
18. Управление персоналом на складе
19. Организация документооборота на складе
20. Технико-экономическое обоснование размещения и строительства складских комплексов
21. Совершенствование организации технологического процесса работы складов в современных условиях.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Информационная безопасность и защита информации» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволя-	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
ющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Какие функции хозяйствования логистика обслуживает?

2. На какие объекты хозяйствования направлено воздействие логистики?

3. Что является объектом управления в логистике?

4. Для каких целей используется логистика, в чем ее предназначение?

5. К чему приводит достижение целей логистики?

6. Перечислить примеры материальных потоков.

7. Когда началось использование логистики как рыночного понятия?

8. Логистика в военной среде и логистика в области экономики, что общего и в чем отличие?

9. По каким причинам только во второй половине XX века в экономике развитых стран наблюдается резкое возрастание интереса к логистике?

10. Почему широкомасштабное применение логистики в экономике появилось лишь во второй половине XX века?

11. Какие слова по смыслу близки логистике?

12. Как Вы можете охарактеризовать этапы развития логистического подхода к управлению материальными потоками в сферах производства и обращения?

13. Какие Вы знаете концепции логистики?

14. Какие Вы можете назвать задачи логистики?

15. Перечислите известных вам участников логистического процесса.

16. Что такое логистическая функция?

17. Какие Вы можете назвать функции логистики?

18. Назовите характерные особенности всех функций логистики

19. Дайте определение материального потока.

20. Назовите единицы измерения материального потока.

Задания 2-го типа

1. Что такое склад?
2. Приведите классификацию складов по признаку места в общем процессе движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя готовой продукции.
3. Кратко охарактеризуйте функции различных складов, которые проходит материальный поток на пути от первичного источника сырья до конечного потребителя.
4. Назовите основные логистические операции, выполняемые на складах с материальным потоком. Дайте краткую характеристику каждой операции.
5. Дайте определению понятию «грузовая единица».
6. Что такое базовый модуль, его размеры?
7. Почему решение задач складской логистики рассматривается как один из основных источников экономического эффекта от использования логистики?
8. На какие две функциональные зоны делится зона хранения, и какие факторы влияют на расчет её площади?
9. В чем отличие функциональности зон приемки и приемочной экспедиции, какие параметры влияют на расчет площади этих зон склада?
10. Какие операции осуществляются в зоне отправочной экспедиции?
11. Что необходимо учесть, рассчитывая её рациональную площадь?
12. От каких параметров зависит оптимальный размер участка комплектования?
13. Что находится в служебной зоне склада и как рассчитать её площадь?
14. Составьте принципиальную схему материальных потоков на складе торговой базы.
15. Перечислите виды материальных потоков.
16. Дайте определение логистической операции.
17. Назовите функции логистических систем.
18. Какие Вы знаете основные методы, применяемые для решения логистических задач?

19. Какие Вы знаете методы моделирования?
20. Назовите преимущества пакетирования грузов с помощью термоусадочной пленки.

Задания 3-го типа

1. Расчет длины погрузочно-разгрузочного фронта работы. Что необходимо учитывать, планируя размер фронта погрузки/выгрузки?
2. Зависит ли выбор типов средств механизации от схемы технологического процесса переработки грузов?
3. Дайте характеристику машинам периодического действия, приведите примеры.
4. Дайте характеристику машинам непрерывного действия, приведите примеры.
5. Расчет необходимого количества оборудования для хранения продукции.
6. Расчет необходимого количества механизмов для осуществления перегрузочно1транспортных работ.
7. Расчет уровня механизации погрузочно-разгрузочных работ.
8. Расчет необходимого количества весоизмерительного оборудования.
9. Расчет площадей экспедиций приема и отпуска продукции.
10. Расчет мощности склада. Расчет емкости склада.
11. Определение месторасположения склада.
12. Расчет площади склада.
13. Определение общей площади склада.
14. Определение полезной площади склада. .
15. Сущность «толкающей» и «тянущей» системы управления потоком.
16. Виды потребностей в материалах и методы определения потребностей.
17. Правила приоритетов в выполнении заказов на складе.
18. Выбор логистического канала.
19. Классификация и функции складов в логистике.
20. Организация работы складов на предприятии.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Товарная политика»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4

III. Тематический план.....5

IV. Содержание дисциплины.....7

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....8

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....14

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....16

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Товарная политика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Товарная политика» имеет большое значение для подготовки выпускников высшей квалификации в области торгового дела. Актуальность и практическая значимость изучения данного курса определяются в частности, важностью знаний экономических закономерностей формирования и развития рынка потребительских товаров и услуг в современных условиях, применения новых технологических решений в управлении процессами и операциями в торговых организациях; использования современных методов и технологий продвижения товаров в торговых системах.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть вариативных дисциплин Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- получение знаний, умений и навыков, необходимых для определения значимости конкретной товарной группы или услуги в обеспечении эффективности деятельности торговой организации, классификацию групп товаров или услуг;
- сформировать знания о потребительской ценности и конкурентоспособности товара в формировании и реализации товарной политики, информационно-организационные атрибуты товара, обеспечивающие его идентификацию;
- научиться применять маркетинговые инструменты активации спроса в товарной политике;
- получить практический опыт применения маркетинговых инструментов стимулирования продвижения в товарной политике

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	**ПК-2**	**ПК-2.1** Использует новые технологические решения при организации и управлении процессами и операциями в розничных торговых предприятиях	виды, средства и методы организации, формирования и управления товарной политикой, в том числе ассортиментной политикой предприятия, методы управления ассортиментом компаний	применять методы организации, формирования и управления товарной политикой предприятия, в том числе ассортиментной политикой с целью реализации торговых операций в предприятиях розничной торговли	организации и управления товарной политикой предприятия, в том числе ассортиментной политикой, разработки стратегий товарной политики	Контактная работа: Лекции Семинары Ситуационные практикумы Самостоятельная работа
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК-3**	**ПК-3.3** Использует современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	основные понятия, цели, задачи, принципы, стратегии товарной политики	применять современные методы и технологии продаж и продвижения товаров для достижения целей и задач товарной политики	использования современных методов и технологий продаж и продвижения товаров для достижения целей и задач товарной политики	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Товарная политика как элемент инструментальной стратегии маркетинга 1.1. Сущность и содержание товарной политики 1.2. Концепция и инструментарий маркетинга в реализации товарной политики 1.3. Формирование ассортиментной политики 1.4. Потребительская ценность и конкурентоспособности товара в формировании и реализации товарной политики	4	4	4							16	Тестирование / 10 Практикум по решению задач /15
Раздел 2. Информационно-организационные атрибуты товара, обеспечивающие его идентификацию 2.1. Маркировка как рыночная идентификационная атрибутика товара 2.2. Упаковка как активатор восприятия товара потребителем	4	4	4							16	Тестирование / 10 Практикум по решению задач /15
Раздел 3. Маркетинговые инструменты активации спроса в товарной политике 3.1. Мерчандайзинг в товарной политике торгового предприятия 3.2. Сэплинг в активизации продвижения товара к потребителю 3.3. Коммуникационная поддержка продвижения товара	4	4	4							16	Тестирование / 10 Практикум по решению задач /15
Раздел 4. Маркетинговые инструменты стимулирования продвижения в товарной политике 4.1. Стимулирование продаж и мотивация поведения потребителей 4.2. Сетевой и событийный маркетинг 4.3. Клиентский сервис и	3	2	4							15	Тестирование / 10 Практикум по решению задач /15

товарная политика 4.4. Ценообразование в товарной политике												
Всего:		**15**	**14**	**16**							**63**	**100**
Контроль, час		**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)		**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)		**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Товарная политика как элемент инструментальной стратегии маркетинга

1.1. Сущность и содержание товарной политики

Товар и уровни товара. Классификация и потребительские свойства товара. Жизненный цикл товара. Понятие качества товара. Методы оценки качества

1.2. Концепция и инструментарий маркетинга в реализации товарной политики

Концепции товарной политики. Процесс формирования потребительской ценности товара (услуги). Ключевые инструменты товарной политики.

1.3. Формирование ассортиментной политики

Определение товарного ассортимента. Классификация ассортимента товаров. Ассортиментная группа. Показатели и свойства ассортимента. Многомерная классификация ассортимента. Процесс управления ассортиментом. Формирование ассортимента. Анализ ассортимента. Управление товарной политикой.

1.4. Потребительская ценность и конкурентоспособности товара в формировании и реализации товарной политики

Управление товарной политикой и жизненным циклом товара. Концепция жизненного цикла товара. Элементы маркетинга на различных этапах жизненного цикла товара. Функции инновационной деятельности. Диффузия потребительских инноваций. Коммуникативность инновации.

Раздел 2. Информационно-организационные атрибуты товара, обеспечивающие его идентификацию

2.1. Маркировка как рыночная идентификационная атрибутика товара

Марочная политика. Упаковка товара. Понятие и виды упаковки. Использование упаковки в качестве инструмента маркетинга. Фирменный дизайн упаковки.

2.2. Упаковка как активатор восприятия товара потребителем

Упаковка: сущность, задачи и функции в товарной политике. Требования, предъявляемые к упаковке. Товар — упаковка, взаимодействие и восприятие. Классификация упаковки. Упаковочные материалы. Факторы, учитываемые при разработке упаковки товара. Разработка (проектирование) упаковки. Тестирование упаковки. Упаковка как статусный символ товара. Восприятие продукта по упаковке. Цветовые решения в упаковке. Фирменный стиль. Рециклинг упаковки

Раздел 3. Маркетинговые инструменты активации спроса в товарной политике

3.1. Мерчандайзинг в товарной политике торгового предприятия

Принципы и ключевые инструменты мерчандайзинга. Оптимизация пла-

нировочного решения магазина. Расположение и демонстрация товара в торговом зале магазина. Распределение площади подсобных помещений. Повышение привлекательности облика магазина на основе принципов визуального мерчандайзинга

3.2. Сэплинг в активизации продвижения товара к потребителю

Организация сэмплингов и дегустаций. Основные сферы применения сэмплинга и дегустаций. Цели сэмплинга. Виды сэмплинга. Определение места проведения сэмплинга. Эффективность сэмплинга.

3.3. Коммуникационная поддержка продвижения товара

Виды стимулирования сбыта. Элементы коммуникационной политики. Разработка плана коммуникационной поддержки.

Раздел 4. Маркетинговые инструменты стимулирования продвижения в товарной политике

4.1. Стимулирование продаж и мотивация поведения потребителей

Мотивация целевых групп. Активизация процесса продаж. Средства стимулирования сбыта. Программы лояльности.

4.2. Сетевой и событийный маркетинг

Виды сетевого и событийного маркетинга. Выставки. Презентации. Праздники. События как маркетинговые инфоповоды.

4.3. Клиентский сервис и товарная политика

Понятие, сущность и функции сервиса в товарной политике фирмы. Цели и задачи в товарной политике фирмы. Виды сервиса в товарной политике фирмы.

4.4. Ценообразование в товарной политике

Цели и задачи ценнобразования. Процедура ценообразования. Факторы ценообразования. Методы ценообразования. Реакция покупателей на цены. Роль цены в товарной политике

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

Во время лекции следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов,

научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Во время лекции можно делать пометки для лучшей систематизации материала и дополнения имеющихся источников информации по теме лекции.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Лекция не заменяет собой учебник, лекция направлена на общее раскрытие темы, проблемы, выделение главных существенных аспектов, на которые следует обратить внимание. Лектор указывает пути, которым нужно следовать, для достижения глубокого понимания изучаемой темы. Главной целью лекции является – донести сущность поставленной в теме проблемы. Лекция требует от слушателя большой самостоятельной работы. Во время лекции можно фиксировать основные этапы развития мысли лектора, выводы и обобщения. Фиксация полезна для последующего запоминания, а также для дальнейшей работы с рекомендуемой литературой и информацией, справочниками и иными документами.

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

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

С этой целью нужно:

– внимательно прочитать материал предыдущей лекции;
– ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
– записать возможные вопросы, непонятные или спорные моменты, ответы на которые спросить у лектора на лекции по материалу изученной лекции;
– постараться уяснить место изучаемой темы в подготовке;
– узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора или материалам рабочей программы дисциплины) и зафиксировать информацию, которая есть по данному вопросу.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

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

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для

самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, техники безопасности при работе с приборами, веществами.

Начиная подготовку к занятию семинарского типа, необходимо ознакомится с тематикой занятия и вопросами, выносимыми на обсуждение, прочитать соответствующие разделы лекционного материала, разделы учебной и научной литературы, чтобы получить общее представление о предметной области изучаемой темы. Затем следует поработать с дополнительной литературой, подготовить ответы на вопросы, что позволит систематизировать информацию, содержащуюся в учебной и научной литературе, а также будет способствовать превращению чтения в активный процесс, активизируя, наряду со зрительной, и моторную память.

При подготовке к занятию семинарского типа выделяют следующие этапы работы:

- изучение лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы и источников;
- знакомство с хрестоматией (сборником документов), отбор материала, содержащего сведения, относящиеся к раскрываемому вопросу;
- составление плана раскрытия вопроса;
- составление ответа.

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

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

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет в виде презентации. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку презентация сдается преподавателю путем размещения в электронной информационно-образовательной среде. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой работе/практическому заданию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

В ходе выполнения заданий необходимо следовать инструкциям и методическим указаниям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по выполнению прак-

тикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов.

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Порядок проведения практикума.

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

Выполнение заданий практикума.

Подготовка отчета в соответствии с требованиями.

Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов.

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтак-

сических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, её объем по курсу «Товарная политика» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Раздел 1. Товарная политика как элемент ин-	1. Концепция и инструментарий маркетинга в реализации товарной по-	Работа с литературой, включая ЭБС,	Отчет по практикуму по решению задач, тестирование

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
струментальной стратегии маркетинга	литики	Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к тестированию	
Раздел 2. Информационно-организационные атрибуты товара, обеспечивающие его идентификацию	1. Использование упаковки в качестве инструмента маркетинга	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к тестированию	Отчет по практикуму по решению задач, тестирование
Раздел 3. Маркетинговые инструменты активации спроса в товарной политике	1.Повышение привлекательности облика магазина на основе принципов визуального мерчандайзинга	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к тестированию	Отчет по практикуму по решению задач, тестирование
Раздел 4. Маркетинговые инструменты стимулирования продвижения в товарной политике	1. Виды сервиса в товарной политике фирмы	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к тестированию	Отчет по практикуму по решению задач, тестирование

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Ласковец, С.В. Товарная политика компании: учебно-практическое пособие / С.В. Ласковец. – Москва : Евразийский открытый институт, 2011. – 187 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90757. – ISBN 978-5-374-00569-1. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Виетник, Д.А. Анализ ассортимента и сравнительная оценка каче-

ства товаров (на примере магазина Еврообувь): выпускная квалификационная работа / Д.А. Виетник ; Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина, Институт менеджмента и предпринимательства, Кафедра экономики и менеджмента сервиса. – Сыктывкар : б.и., 2019. – 69 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563351. – Текст : электронный.

2. Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров: МДК 03.01 Теоретические основы товароведения : [16+] / сост. А.В. Курбатов ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2018. – 81 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574228. – ISBN 978-5-8353-2414-9. – Текст : электронный.

3. Орлова, Е.С. Классификация, ассортимент, качество и конкурентоспособность коньяка, реализуемого в ТЦ «Метро Кеш энд Керри» : курсовая работа / Е.С. Орлова ; Российский университет кооперации. Поволжский кооперативный институт (филиал), Кафедра сервиса, товароведения и естественнонаучных дисциплин. – Энгельс : , 2015. – 48 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362951. – Текст : электронный.

4. Максимец, Н.В. Мерчандайзинг с основами ассортиментной политики : учебное пособие : [16+] / Н.В. Максимец ; Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2017. – 100 с. : табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483700. – Библиогр.: с. 85-90. – ISBN 978-5-8158-1912-2. – Текст : электронный.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Российская ассоциация маркетинга	http://www.ram.ru
2.	Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru
3.	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
4.	Маркетолог	http://www.marketolog.ru
5.	Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе	http://www.aup.ru
6.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
7.	Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН	www.isprras.ru
8.	Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения	www.wciom.ru
9.	Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр»	www.levada.ru
10.	Институт научной информации по общественным наукам	http://www.inion.ru/
11.	Российская государственная библиотека// электронный каталог	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
12.	Национальная электронная библиотека	http://www.rusneb.ru
13.	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
14.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	Отчет по практикуму 11-15 – задачи решены верно, представлены в срок, представлена полная визуальная презентация. 6-10– задачи решены верно в срок, представлена неполная презентация, имеются ошибки, или решены не все задачи. 1-5- задачи решены в срок и содержит концептуальные ошибки, логика решения задач нарушена, решены не все задачи. 0 - задачи не решены.
2.	Тестирование	10 – 100% тестовых заданий решены верно 9 – 90% тестовых заданий решены верно 8 – 80% тестовых заданий решены верно 7 – 70% тестовых заданий решены верно 6 – 60% тестовых заданий решены верно 5 – 50% тестовых заданий решены верно 4 – 40% тестовых заданий решены верно 3 – 30% тестовых заданий решены верно 2 – 20% тестовых заданий решены верно 1 – 10% тестовых заданий решены верно

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к практическим занятиям

Задание 1 Четыре торговые марки стиральных автоматов сравните по следующим семи показателям (табл. 1). Максимально возможный рейтинг равен +5, минимально возможный составляет -5. Нарисуйте двухмерную карту предпочтений для стиральных автоматов марок «Samsung», «Bosch», «Siemens», «LG». Все показатели разбейте на две категории «эффективность стирки» и «качество сервиса».

Таблица 1

Потребительские характеристики стиральных автоматов

Потребительские характеристики	Samsung	Bosch	Siemens	LG
1 Возможность изменения режимов стирки и частоты вращения барабана	-2	2	2	**3**
2 Возможность изменения температурного режима	-1	2	1	**2**
3 Частота ремонта	2	3	2	**-1**
4 Расход порошка	-3	2	1	**2**
5 Доступность обслуживания	-1	2	2	**1**
6 Гарантия	1	2	2	**-1**
7 Максимальная загрузка машины	**-1**	**3**	**3**	**1**

Задание 2 Составьте многоуровневую модель товара на примере пылесоса, выделив первый уровень – товар по замыслу, второй уровень – товар в реальном исполнении, третий уровень – товар с подкреплением.

Задание 3 Согласно мультиатрибутивной модели товара (по Ф. Котлеру) впишите в табл. 2 характеристики, функции и операции, соответствующие определенному уровню товара – кондиционера для помещений:

– трехслойная упаковка;
– охлаждение воздуха;
– бесплатная доставка;
– послепродажное обслуживание;
– марка «Panasonic»;
– наличие дистанционного пульта;
– монтаж силами поставщика;
– кредитование сроком на два года;
– гарантия сроком на пять лет;
– цвет корпуса – серый;
– ионизация воздуха;
– регулировка положения жалюзи.

Таблица 2

Уровни товара

Товар по замыслу	***Товар в реальном исполнении***	***Товар с подкреплением***

Задание 4. В целях укрепления позиции на рынке руководство фирмы приняло решение расширить торговый ассортимент. Свободных финансовых средств, необходимых для кредитования дополнительных товарных ресурсов, фирма не имеет. Перед службой логистики была поставлена задача усиления контроля товарных запасов с целью сокращения общего объема денежных средств, в неликвидных запасах. Необходимо провести анализ ассортимента по методам ABC и XYZ, в результате чего распределить ассортиментные позиции по группам и сформулировать соответствующие рекомендации по управлению запасами. Торговый ассортимент

фирмы, средние запасы за год, а также объемы продаж по отдельным кварталам представлены в табл. 3.

Таблица 3

Исходные данные для выполнения задания

№ позиции	Средний запас за год по позиции, руб.	Реализация за квартал, руб.			
		1 кв	2 кв	3 кв	4кв
1	4900	4000	3700	3500	4100
2	150	240	300	340	400
3	200	500	600	400	900
4	1900	3300	1000	1500	2000
5	150	50	70	180	20
6	450	450	490	460	480
7	900	1400	1040	1200	1300
8	2500	400	1600	2000	2900
9	3800	3600	3300	4000	3400
10	690	700	1000	1100	800

Расчеты АВС-анализа представить в табл. 4.

Таблица 4

Результаты АВС-анализа

Средний запас за год по позиции, руб.	Доля позиции, %	Рейтинг позиции	Доля с нарастанием, %	Группа
4900				
3800				
2500				
1900				
900				
690				
450				
200				
150				
150				
Итого:	100			

Результаты XYZ-анализа представить в табл. 6.

Таблица 5

Результаты XYZ-анализа

№ позиции	Реализация за квартал, руб.				Реализация в среднем за квартал, руб.	Стандартное отклонение реализации	Коэф. вариации, %	Группа
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв				
1	4000	3700	3500	4100		238,48		
2	240	300	340	400		58,31		
3	500	600	400	900		187,08		
4	3300	1000	1500	2000		855,86		
5	50	70	180	20		60,42		
6	450	490	460	480		15,81		
7	1400	1040	1200	1300		132,95		
8	400	1600	2000	2900		898,26		
9	3600	3300	4000	3400		268,10		
10	700	1000	1100	800		158,11		

Совместить результаты АВС- и XYZ-анализа и представить в табл. 6. При этом в общем случае формируется девять групп товаров.

Таблица 6

Матрица АВС- и XYZ-анализов А В С

	A	B	C
X	AX	BX	CX
Y	AY	BY	CY
Z	AZ	BZ	CZ

Сделайте выводы по результатам группировки и рекомендаций по управлению каждой ассортиментной группой.

Задание 5. Дайте характеристику основным стадиям жизненного цикла товара, заполнив табл. 7.

Таблица 7

Стадии ЖТЦ: основные характеристики

Характеристики	Внедрение	Рост	Зрелость	Спад
Объем продаж				
Издержки на 1-го потребителя				
Прибыль				
Уровень конкуренции				
Потребители				
Стратегия маркетинга				

Задание 6.

Опишите изменение маркетинговых переменных с течением стадий жизненного цикла товара, заполнив табл. 8.

Таблица 8

Стадии ЖТЦ: изменение маркетинговых переменных

Переменные	Внедрение	Рост	Зрелость	Спад
Товар				
Цена				
Распределение				
Продвижение				

Задание 7. Разработайте программу мероприятий для каждого этапа жизненного цикла товара по следующей табл. 9.

Таблица 9

Маркетинговые мероприятия на разных этапах ЖЦТ

Мероприятия	Этапы жизненного цикла товара			
	Внедрение	**Рост**	**Зрелость**	**Спад**
1	2	3	4	5
Изменение цены				
Наличие рекламы				
Интенсивность рекламы				
Пробный маркетинг				
Сервисное обслуживание				
Формы продажи				
Привлечение торговых посредников				
Проведение распродаж				
Модернизация товара				
Другие мероприятия				

Пример тестовых заданий

1. Потребительские свойства товара:
1) функциональность;
2) надежность;
3) качество;
4) долговечность;
5) дизайн;
6) соответствие моде;
7) эргономические способности (удобство применения, ухода, ремонта и т.д.);
8) сопровождающая документация;
9) престижность;
10) послепродажный сервис.

2. Понятие «уровни товара» включают в себя:
1) наличие нескольких упаковок для товара;
2) позиции, с которых рассматриваются характеристики товара;
3) сорт товара, его качество.

3. Термин «расширенный продукт» включает:
1) товар плюс упаковка;
2) совокупность товаров одной продуктовой линии;
3) товар плюс обслуживание.

4. Что относится к товарам повседневного спроса:
1) молочные продукты;
2) чистящие средства;
3) энциклопедии;
4) зонты.

5. К товарам пассивного спроса относятся:

1) алкогольные напитки;
2) стереоаппаратура;
3) страхование жизни.

6. Принципы формирования ассортимента:
1) функциональный;
2) качественный;
3) потребительский;
4) конкурентный;
5) бытовой;
6) ценовой.

7. Основные характеристики ассортимента:
1) широта;
2) глубина;
3) долгота;
4) насыщенность;
5) емкость;
6) гармоничность;
7) конкурентоспособность.

8. Этапы жизненного цикла товара
1) рост;
2) старение;
3) зрелость;
4) внедрение;
5) ввод на рынок;
6) спад;
7) стабильность;
8) упадок.

9. ABC-анализ — анализ товарных запасов путём деления на три категории:

1) A	а) промежуточные: 30 % — товаров; 15 % — продаж;
2) B	б) наиболее ценные: 20 % — товаров; 80 % — продаж;
3) C	в) наименее ценные: 50 % — товаров; 5 % — продаж.

10. Выберите правильное соотношение вида группы товара и ее сути:

1) Категория X	а) потребление ресурсов нерегулярно, какие-либо тенденции отсутствуют, точность прогнозирования невысокая. Значение коэффициента вариации — свыше 25 %
2) Категория Y	б) ресурсы характеризуются стабильной величиной потребления, незначительными колебаниями в их расходе

	и высокой точностью прогноза. Значение коэффициента вариации находится в интервале от 0 до 10 %
3) Категория Z	в) ресурсы характеризуются известными тенденциями определения потребности в них (например, сезонными колебаниями) и средними возможностями их прогнозирования. Значение коэффициента вариации — от 10 до 25 %

11. Найдите в правой колонке определение, соответствующее термину в левой колонке

а) Широта ассортимента	1. Количество позиций в каждой ассортиментной группе
б) Глубина ассортимента	2. Соотношение между предлагаемыми ассортиментными группами с точки зрения общности конечного использования, каналов распределения, групп потребителей и диапазонов цен
в) Сбалансированность ассортимента	3. Перечень товаров, реализуемых розничными торговыми предприятиями
г) Производственный ассортимент	4. Количество предлагаемых ассортиментных групп
д) Торговый ассортимент	5. Перечень товаров, выпускаемых предприятием-изготовителем

12. Марочный знак – это…

1) часть фирменного стиля или марки, которую можно определить, но нельзя произнести;

2) часть марки, которую можно произнести вслух;

3) проставление рядом с товарным знаком указания на то, что применяемое обозначение является товарным знаком, зарегистрированным в РФ;

4) общее восприятие объекта, сложившееся на основе информации и прошлого опыта потребителя;

5)зарегистрированное в установленном порядке обозначение, присвоенное товару для его отличия от других товаров, и указание в нем производителя.

13. Торговая марка обеспечивает ее владельцам

1) юридическую защиту уникальных свойств товара;

2) установление отличий от товаров/услуг конкурентов;

3) получение сведений об особых качествах товара;

4) повышение качества товара;

5) увеличение товарооборота;
6) сохранность авторских прав.

14. Перепозиционирование марки может иметь место, если
1) новые предпочтения покупателей создали новые привлекательные возможности;
2) позиционирование конкурентной марки привело к уменьшению рыночной доли компании;
3) изменились покупательские предпочтения, вызвав улучшение позиций компании;
4) позиционирование конкурентной марки близко к марке компании обеспечило расширение рынка;
5) конкуренты предпринимают действия по перепозиционированию своих марок в одинаковом направлении;
6) покупательские предпочтения относительно различных свойств товара равномерно распределены в продуктовом поле.

15. О силе марки можно судить по
1) предпочтению марки потребителями;
2) лояльности потребителя к марке;
3) наименованию марки;
4) количеству марочного товара в магазине;
5) цене марочного товара.

16. Сочетание текста и изображения или рисунка и надписи –
1) марочная эмблема;
2) марочный знак;
3) марочный логотип.

17. Совокупность особенностей, способствующих самоотождествлению потребителей с торговой маркой, которые проявляются в покупательском поведении –
1) идентификация бренда;
2) индивидуальность бренда;
3) сила бренда.

18. К критериям оценки известности марки относятся:
1) позиционирование;
2) причина покупки;
3) уровень узнаваемости;
4) мотивы покупки;
5) присутствие в памяти.

19. Поиск, отвечающий интересам брендовой позиции в умах потребителей, – это
1) формирование имиджа бренда;

2) позиционирование бренда.

20. Какого вида позиционирования бренда не существует?
1) по использованию товара;
2) по регионам;
3) по особенностям товара;
4) по потребителям.

21. К факторам, воздействующим на механизм взаимоотношений брендпотребитель, не относят
1) внешнюю среду;
2) ценностные ориентации личности;
3) мотивационно-потребностные свойства личности;
4) отношение потребителя к другим брендам.

22. Дополните недостающие этапы процесса позиционирования бренда.
1) анализ товара и рынка, (изучение конкурентов);
2) сегментирование;
3) сравнительный анализ (формирование позиции бренда).

23. Совместное выступление нескольких брендов на рынке – это
1) ко-брендинг;
2) дуо-брендинг;
3) он-брендинг.

24. Какое измерение бренда описывает воспринимаемую ценность продукта?
1) функциональное;
2) социальное;
3) ментальное.

25. Внутренняя оценка, т.е. что человек думает о себе самом в связи с брендом, образует
1) функциональное измерение бренда;
2) социальное измерение бренда;
3) ментальное измерение бренда.

26. Словесное выражение того, что воплощает компания или товар, – это
1) бренд-структура;
2) бренд-код;
3) поле бренда.

27. Для правильного определения ... необходимо задать себе один вопрос: «Что бы мы делали, если бы занимались этим не ради денег?»

1) миссии;
2) стиля;
3) полезности.

28. «Если потребители удовлетворены товаром с известным брендом, потому что воспринимают его как лучший, то в их глазах он стоит затраченных денег». О каком измерении 4-мерной модели бренда идет речь?
1) духовное;
2) ментальное;
3) функциональное.

29. Фактором какого из измерений бренда является забота IKEA о своих покупателях?
1) социальное;
2) ментальное;
3) духовное.

30. При разработке рекламной аргументации в основном необходимо учитывать:
1) эмоции;
2) термины в превосходной степени;
3) особенности целевой группы;
4) особенности рынка;
5) аргументы технического персонала, изготовителей товара

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Товарная политика» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы реше-	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
ния практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	**-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Понятие товарной политики, стратегия и тактика предприятия.
2. Миссии предприятия и ее виды.
3. Классификация товаров в маркетинге.
4. Основные проблемы товарной политики предприятия.
5. Основные понятия товарной политики: товар, качество, дизайн, упаковка, марка.
6. Брэнд, факторы, влияющие на развитие брэнда.
7. Основные стадии жизненного цикла товара.
8. Способы продления жизненного цикла товара на разных его стадиях.
9. Марочная и брэндовая политика предприятия.
10. Основные товарные стратегии: сегментирование рынка, недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.
11. Понятие и назначение упаковки товара.
12. Функции упаковки товара.
13. Роль упаковки в современной товарной политике.
14. Маркировка товара и штриховое кодирование.
15. Понятия качества и конкурентоспособности товара, взаимосвязь и отличие.
16. Конкурентоспособность товара и ее показатели.
17. Методика оценки конкурентоспособности товара.
18. Проблемы повышения качества и конкурентоспособности товара.
19. Правовые основы регулирования качества и конкурентоспособности товара в РБ.
20. Понятия товарного ассортимента и номенклатуры.
21. Анализ товарного ассортимента и номенклатуры.
22. Метод АВС анализа ассортимента товаров.
23. Управление ассортиментом продукции.
24. Пути формирования ассортимента товаров.
25. технология планирования ассортимента продукции.

Задания 2-го типа

1. Сетевой график цикла планирования ассортимента товаров.
2. Понятие нового товара, примеры.
3. Стратегии предприятия выхода на рынок с новым товаром.

4. Общая схема процесса создания нового товара.
5. Основные источники поиска идей нового товара.
6. Логико-систематические методы генерации идей новых товаров.
7. Интуитивно-творческие методы генерации идей новых товаров.
8. Процесс отбора идей нового товара.
9. Анализ экономической эффективности нового товара и его возможных продаж.
10. Тестирование нового товара в условиях рынка.
11. Методы изучения отношения потребителя к новым товарам.
12. Контрольное и стандартное тестирование нового товара.
13. Вывод нового товара на рынок.
14. Сущность и принципы системы сервиса на предприятии.
15. Задачи системы сервисного обслуживания.
16. Виды сервисного обслуживания.
17. Организация системы сервиса.
18. Служба сервиса и ее функции.
19. Сущность и основные функции канала распределения.
20. Выбор каналов распределения (сбыта) продукции.
21. Виды маркетинговых системы распределения товаров.
22. Сущность и принципы системы сервиса на предприятии.
23. Задачи системы сервисного обслуживания.
24. Виды сервисного обслуживания.
25. Организация системы сервиса.

Задания 3-го типа

Задание 1. Сформируйте ассортимент для открывающегося магазина детской обуви. Площадь магазина 20 кв.м. Обоснуйте подбор ассортимента товара для магазина с данной площадью.

Задание 2. В магазине, торгующем продовольственными товарами, необходимо открыть непродовольственный отдел площадью 100 кв. м. Сформируйте ассортимент непродовольственной группы товаров, учитывая то, что рядом находится центральный рынок города.

Задание 3. Необходимо сформировать ассортимент товара по продаже сувенирной продукции, изготовленной из дерева. Какие товары пользуются наибольшим спросом в данной товарной категории?

Задание 4. Рассчитайте структуру ассортимента обуви в магазине, если в торговом зале и на складе имеются: сапоги зимние – 120 пар, демисезонные – 50 пар, ботинки зимние – 80 пар, демисезонные – 90 пар, полуботинки – 70 пар, туфли (в том числе летние) – 65 пар. Укажите, какие действия следует предпринять по формированию ассортимента обуви в зависимости от времени года (осень, весна).

Задание 5. Ассортимент супермаркетов серии «Перекресток» в г. Москве включает 2000 наименований продуктов, в то время как в типичном европейском продуктовом супермаркете 5000-7000 наименований, в американском - не менее 8000 наименований. Задание Рассчитать показатель полноты торгового ассортимента в супермаркете «Перекресток» по

сравнению с зарубежными стандартами обслуживания.

Задание 6. Номенклатура производимых в России игрушек насчитывает 17 тысяч наименований, в Японии (стране – лидере по производству игрушек) – 100000 наименований. Что характеризует (как называется) показатель, рассчитываемый отношением К=17000/100000=0,17?

Задание 7. Рассчитать относительный показатель – коэффициент обновления ассортимента летних мужских сорочек, если известно, что в магазине было 30 артикулов сорочек, причем 5 из них поступило впервые взамен того же числа снятых с поставки моделей; срок морального износа, согласно опросу экспертов, установлен 2 года.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Ценовая политика»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. Аннотация к дисциплине 3

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....3

3. Тематический план 6

4. Содержание дисциплины.....7

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 8

6. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине. **Ошибка! Закладка не определена.**

7. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине..... **Ошибка! Закладка не определена.**

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Ценовая политика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 963, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования.

Изучение дисциплины «Ценовая политика» ориентировано на получение обучающимися знаний о комплексе вопросов, связанными с вопросами ценообразования в маркетинге, в совокупности составляющих основу маркетинговой ценовой политики: экономические основы эффективности ценовой политики, основные подходы к разработке и реализации ценовой политики, методы ценообразования, основные инструменты ценовой политики.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участникам образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать

- теоретические основы ценообразования;
- виды, состав и структуру цен;
- методы ценообразования;
- закономерности формирования ценовой политики;
- стратегии и тактики ценообразования;
- специфические характеристики ценообразования на различных отраслевых рынках;

Уметь •

- выделять основные ценообразующие фак торы;
- применять известные методы ценообразования;
- проводить прогнозные исследования динамики цен с учетом инфляционных ожиданий;
- обосновывать целесообразность применения различных стратегий и тактических приемов ценообразования;

Владеть

- новейшими приемами ценообразования с учетом фактора времени при формировании товарных линий и наборов товаров;
- методами ценообразования во внешней торговле предприятий и организаций, торговле через Интернет.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата).

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.2** Осуществляет поиск, сбор и анализ информации необходимой для решения профессиональных задач по управлению торгово-экономическими системами	сущность и цели ценовой политики компании; особенности построения ценовой политики торговой организации; основные ценовые стратегии в торговой организации; сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены; методы государственного регулирования цен в России и за рубежом; особенности ценообразования в торговых организациях	определять ценовую стратегию компании с учетом специфики его деятельности и структуры рынка; оценить эффективность построения ценовой политики в торговой организации; применять различные ценовые стратегии; использовать на практике основные элементы ценообразования; калькулировать себестоимость продукции; определять алгоритм расчета цен	навыками выработки сбалансированных решений по корректировке стратегии и тактики в области политики цен; приемами обоснования результатов выбора стратегии; методами оценки эффективности построения ценовой политики организации; математическим аппаратом, необходимым расчета цен различными способами; инструментарием статистики цен; владеть методами расчета цен	Контактная работа: Лекции; Практикумы по решению задач; Ситуационные практикумы Самостоятельная работа

3. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
	Лекции	Актив-ные занятия		Интерактивные занятия						
		Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма										
Тема 1. Цена как экономическая категория	2		2						12	Практикум по решению задач №1/10 тест/10
Тема 2. Маркетинговое ценообразование	4		4						14	Практикум по решению задач №2/10 Тест/10
Тема 3. Ценовая политика и стратегия фирмы	2		2						12	Практикум по решению задач №3/10 Тест /10
Тема 4. Анализ цен	4			4					14	Ситуационный практикум №4/10 Тест /10
Тема 5. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы	3		3						11	Практикум по решению задач №5/10 Тест /10
Всего:	**15**		**11**	**4**					**78**	**100**
Контроль, час	**0**									**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**									

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Цена как экономическая категория

1.1. Основные теоретические концепции цены

Теория трудовой стоимости. Теория факторов производства. Теория предельной полезности. Теория спроса и предложения. Эволюция теории цены.

1.2. Виды и функции цен

Система цен в экономике, принципы дифференциации цен. Функции цены. Состав и структура цен.

1.3. Регулирование цен

Роль и необходимость государственного регулирования рыночных цен. Методы государственного регулирования цен. Инфляция: понятие, измерение, негативные социально-экономические последствия. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.

Тема 2. Маркетинговое ценообразование

2.1. Понятие и этапы маркетингового ценообразования

Цена в системе маркетинга фирмы

2.2. Факторы маркетингового ценообразования

2.3. Стратегии маркетингового ценообразования

2.4. Методы ценообразования

Методы, ориентированные на затраты. Методы, ориентированные на конкурентов. Тактические приемы маркетингового ценообразования

Тема 3. Ценовая политика и стратегия фирмы

3.1. Ценовая политика предприятия

Цели ценовой политики и принципы ценообразования. Политика цен жизненного цикла товара. Политика цен на новые изделия. Тактические аспекты ценовой политики. Скидки как инструмент ценовой политики компании.

3.2. Ценовые стратегии предприятия

Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Стратегия нейтрального ценообразования.

3.3. Методы ценообразования

Затратное ценообразование. Классификация и калькулирование издержек для целей ценообразования. Основные методы затратного ценообразования. Релевантные издержки и их использование в ценообразовании. Альтернативные издержки и их учет при определении цен. Ценообразование с учетом ценности товара. Понятие ценности товара и определяющие факторы. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене. Основные методы и модели ценностного ценообразования. Ценообразование с учетом конкуренции.

Метод определения цен на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Эконометрические методы определения цен. Трансфертные цены и методы их определения. Метод сопоставимых рыночных цен. Метод цены последующей реализации. Затратный метод. Метод сопоставимой рентабельности. Метод распределения прибыли. Регулирование трансфертного ценообразования в России.

3.4. Методология и практика управления затратами и ценами на предприятии

Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства. Целесообразность снижения и повышения цен. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами

Тема 4. Анализ цен

4.1. Основные задачи и принципы сбора ценовой информации

4.2. Анализ состояния и взаимодействия цен

4.3. Анализ проведения цен

Тема 5. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы

5.1. Система скидок с цен как инструмент стимулирования продаж

5.2. Скидки за большой объем закупок

Простые скидки за большой размер приобретаемой партии. Накопительные (кумулятивные) скидки

5.3. Скидки за внесезонную закупку

5.4. Скидки за ускорение оплаты

5.5. Скидки для поощрения продаж нового товара

5.6. Скидки при комплексной закупке товаров

5.7. Скидки за отказ от товаров фирм-конкурентов

5.8. Скидки для «верных» или престижных покупателей

5.9. Контроль за скидками как способ предотвращения потерь прибыли

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, практические занятия (семинары), а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над

конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся для подготовки к практической работе и занятиям семинарского типа

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

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

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

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

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

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

Порядок проведения семинарского занятия.

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению.
2. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения задания.
3. Выполнение заданий.
4. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
5. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения заданий необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов семинарского занятия.

При подготовке реферата (отчета): изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

Методические указания для обучающихся для подготовки к выполнению ситуационного практикума (кейс-заданий)

Кейс-задания - основной элемент метода case-study, который относится к неигровым имитационным активным методам обучения. Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой метод активного проблемноситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий).

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Метод case-study – инструмент, позволяющий

применить теоретические знания к решению практических задач. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и совершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ними будут придерживаться систематического подхода к их анализу, основные шаги которого представлены ниже.

1. Выпишите из соответствующих разделов учебной дисциплины ключевые идеи, для того, чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые Вам предстоит использовать при анализе кейса.

2. Бегло прочтите кейс, чтобы составить о нем общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к кейсу и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст кейса, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Продумайте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть при работе с кейсом.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов:

используйте знания, полученные в процессе лекционного курса;

внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами;

не смешивайте предположения с фактами.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом в case-study используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет-презентация.

Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения. Одним из преимуществ публичной (устной) презентации является ее гибкость. Выступающий может откликаться на изменения окружающей обстановки, адаптировать свой стиль и материал, чувствуя настроение аудитории.

Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д. Подготовка письменного анализа кейса аналогична подготовке устного, с той разницей, что письменные отчеты-презентации обычно более структурированы и детализированы. Основное правило письменного анализа кейса заключается в том, чтобы избегать простого повторения информации из текста, информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения. Письменный отчет – презентация может сдаваться по истечении некоторого времени после устной презентации, что позволяет более тщательно проанализировать всю информацию, полученную в ходе дискуссии.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов.

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Порядок проведения практикума.

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

Выполнение заданий практикума.

Подготовка отчета в соответствии с требованиями.

Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов.

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт Times New Roman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на

рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы,

рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Информатика и программирование» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма контроля**
Тема 1. Цена как экономическая категория	1. Негативные социально-экономические последствия инфляции 2. Функции цены	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практическому занятию (семинару)	Отчет по практическому заданию
Тема 2. Маркетинговое ценообразование	1. Тактические приемы маркетингового ценообразования	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практическому занятию (семинару), написание эссе	Отчет по практическому заданию
Тема 3. Ценовая политика и стратегия фирмы	1. Политика цен на инновационную продукцию 2. Ценовые стратегии предприятия, применяемые в маркетинге	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практическому занятию (семинару), выполнение ситуационного задания	Отчет по практическому заданию
Тема 4. Анализ цен	1. Сбор ценовой информации 2. Анализ цен конкурентов	Работа с литературой, источниками в сети Internet	Отчет по практическому заданию

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма контроля
		Подготовка к практическому занятию (семинару), выполнение ситуационного задания	
Тема 5. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы	1. Оценка эффективности скидок	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практическому занятию (семинару), выполнение ситуационного задания	Отчет по практическому заданию

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 . Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. *Короткова, Т. Л.* Ценовая политика : учебник и практикум для академического бакалавриата / Т. Л. Короткова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 256 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07859-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/423864 (дата обращения: 17.07.2020).
2. Делятицкая, А.В. Ценообразование: конспект лекций : [16+] / А.В. Делятицкая ; Российский государственный университет правосудия. – Москва : Российский государственный университет правосудия (РГУП), 2019. – 56 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=560812 (дата обращения: 01.10.2020). – Бибилиогр. в кн. – ISBN 978-5-93916-725. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Кохрейн, Д. Ценообразование активов : учебник / Д. Кохрейн ; пер. с англ. под науч. ред. Е. Синельниковой ; пер. с англ. Е.А. Богданюк, Н.В. Макеевой, Е.В. Синельниковой и др. – Москва : Дело, 2019. – 593 с. : табл., граф. – (Академический учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563522 (дата

обращения: 01.10.2020). – Библиогр.: с. 555-569. – ISBN 978-5-7749-1419-7. – Текст : электронный.
2. Ценовая политика в 2 ч. Часть 1. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02363-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/453173 (дата обращения: 17.07.2020).
3. Ценовая политика в 2 ч. Часть 2. : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02365-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.urait.ru/bcode/453174 (дата обращения: 17.07.2020).
4. Шуляк, П.Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк. – 13-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 193 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495830 (дата обращения: 01.10.2020). – ISBN 978-5-394-01387-4. – Текст : электронный.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Российская ассоциация маркетинга	http://www.ram.ru
2.	Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru
3.	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
4.	Маркетолог	http://www.marketolog.ru
5.	Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе	http://www.aup.ru
6.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
7.	Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН	www.isprras.ru
8.	Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения	www.wciom.ru
9.	Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр»	www.levada.ru
10.	Институт научной информации по общественным наукам	http://www.inion.ru/
11.	Российская государственная библиотека// электронный каталог	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
12.	Национальная электронная библиотека	http://www.rusneb.ru

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
13.	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
14.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская

библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	Отчет по практикуму 8-10 – задачи решены верно, представлены в срок, представлена полная визуальная презентация. 4-7– задачи решены верно в срок, представлена неполная презентация, имеются ошибки, или решены не все задачи. 1-3- задачи решены в срок и содержит концептуальные ошибки, логика решения задач нарушена, решены не все задачи. 0 - задачи не решены.
2.	Ситуационный практикум	Отчет по практикуму 8-10 – практикум выполнен верно в срок, представлена полная визуальная презентация. 4-7– практикум выполнен верно в срок, представлено эссе, имеющее ошибки, не влияющие на логику и выводы. 1-3- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки. 0 - практикум не выполнен.
3.	Тестирование	10 – 100% тестовых заданий решены верно 9 – 90% тестовых заданий решены верно 8 – 80% тестовых заданий решены верно 7 – 70% тестовых заданий решены верно 6 – 60% тестовых заданий решены верно 5 – 50% тестовых заданий решены верно 4 – 40% тестовых заданий решены верно 3 – 30% тестовых заданий решены верно 2 – 20% тестовых заданий решены верно 1 – 10% тестовых заданий решены верно

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания к практикумам</u>

Практическое задание № 1

Форма практического задания: практические задачи

Практические задачи:

Задача 1 Определите оптовую цену предприятия, если полная себестоимость единицы продукции СП = 25 руб., годовой объем реализации QГ = 5000 ед.; производственные фонды ПФ = 300 тыс. руб.; рентабельность предприятия R = 0,15.

Задача 2 Определите оптовую цену промышленности, если полная себестоимость 29 СП = 25 руб., доля материала в полной себестоимости единицы продукции αМЗ = 0,8; прибыль и расходы сбытовых организаций на годовой объем реализации: (ПР + ТЗ) = 15 тыс. руб., оптовая цена предприятия ЦОПТ. ПРЕД = 34 руб., годовой объем QГ = 5 т; НДС = 0,2.

Задача 3 Проследите формирование цен на промышленную продукцию (в руб.), если полная себестоимость единицы промышленной продукции СП = 25 руб., прибыль, приходящаяся на единицу продукции, ПРЕД = 9 руб., налог на добавленную стоимость НДС = 5,32 руб., прибыль и расходы сбытовых организаций на единицу продукции – 3 руб., торговых организаций – 5 руб.

Задача 4 Определите верхнюю границу цены, если оптовая цена базовой модели ЦБ = 160 руб.; производительность новой и базовой модели QН = 1800 ед.; QБ = 1200 ед.; норма амортизационных отчислений для базовой и новой модели НАБ = 0,1; НАН = 0,125; рентабельность производства товаропроизводителя R = 0,25; эксплуатационные расходы на базовой и новой модели ЗЭБ = 80 руб.; ЗЭН = 60 руб.; сопутствующие капитальные вложения у потребителя (ΔК) отсутствуют.

Задача 5 Предприятие производит продукцию одного наименования, цена изделия – 18 000 руб., средние переменные расходы составляют 9000 руб.; общие постоянные расходы – 15 000 тыс. руб. Определите критический объем выпуска и реализации продукции в денежном и натуральном выражениях.

Задача 6 В отчетном периоде по сравнению с базисным затраты на сырье снизились на 10% (в структуре себестоимости базисного периода они составляли 60%) был изменен объѐм производства продукции. Другие составляющие удельных переменных издержек и общие постоянные издержки остались неизменными, но удельные совокупные издержки снизились на 8400 руб. Определите, на сколько процентов был изменен выпуск продукции, если в базисном периоде удельные совокупные издержки составили 84 600 руб., а 31 удельные постоянные издержки – 24 200 руб.

Задача 7 Предприятие выпускает изделия по цене 380 руб. за единицу. Общая величина постоянных расходов в I квартале составила 720 000 тыс. руб., удельные переменные издержки – 300 руб. Во II квартале общая величина постоянных расходов снизилась на 10%. Рассчитайте, как изменение постоянных расходов отразилось на величине критического объема продукции.

Задача 8 Предприятие производит изделие по цене 210 руб. Общие постоянные расходы на него составляют 200 000 руб. Удельные переменные расходы в I квартале составили 160 руб. Во II квартале цены на материалы снизились на 10%, что привело к снижению удельных

переменных расходов на 10%. Определите, как повлияло на критический объем продукции изменение цен на материалы.

Задача 9 Цена на изделие в I квартале составляла 160 руб., во II – увеличилась на 10%. Постоянные издержки – 1500 тыс. руб., удельные переменные издержки 100 руб. Как увеличение цены повлияло на изменение критического объема продукции?

Задача 10 В I квартале произведено 10 тыс. изделий по цене 70 руб. за единицу. Постоянные расходы составляют 160 000 тыс. руб., удельные переменные расходы – 50 руб. Во II квартале планируется повысить прибыль на 8%. Сколько необходимо дополнительно произвести продукции, чтобы увеличить прибыль на 8%.

Практическое задание № 2

Форма практического задания: практические задачи

Практические задачи:

Задача 2.1

Определите:

а) оптовую цену предприятия;

б) прибыль предприятия в расчете на одно изделие.

Исходные данные:

♦ розничная цена изделия – 200 руб.;

♦ налог на добавленную стоимость – 40 руб.;

♦ наценка посреднической организации – 20 руб.;

♦ торговая скидка – 15 % к розничной цене;

♦ полная себестоимость изделия – 90 000 руб.

Задача 2.2

Определите:

а) оптовую цену предприятия;

б) отпускную цену посредников; в

) налог на добавленную стоимость;

г) структуру розничной цены.

Исходные данные:

♦ полная себестоимость изделия – 40 руб.;

♦ норматив рентабельности – 25% к себестоимости;

♦ розничная цена изделия – 100 руб.;

♦ скидка посреднической организации – 10 % к розничной цене;

♦ торговая скидка – 20 % к розничной цене.

Задача 2.3

Определите:

а) прибыль предприятия в расчете на одно изделие;

б) оптовую цену предприятия;

в) отпускную цену предприятия с НДС;

г) снабженческо–сбытовую надбавку;

д) торговую надбавку;

е) розничную цену изделия;

ж) структуру розничной цены изделия.

Исходные данные:

♦ коммерческая себестоимость изделия – 90 руб.;

♦ уровень рентабельности – 26 % к себестоимости;

♦ акциз – 15 руб. на единицу изделия;

♦ налог на добавленную стоимость – 10 % от оптовой цены предприятия без НДС;

♦ снабженческо–сбытовая надбавка посреднической организации – 20% от покупной цены;

♦ торговая надбавка – 10 % от продажной цены посреднической организации.

Задача 2.4

Определите:

а) прибыль предприятия в расчете на одно изделие;

б) оптовую цену предприятия;

в) отпускную цену предприятия с НДС;

г) снабженческо–сбытовую надбавку;

д) торговую надбавку;

е) структуру розничной цены изделия.

Исходные данные:

♦ коммерческая себестоимость изделия – 56 руб.;

♦ уровень рентабельности – 25% к себестоимости;

♦ налог на добавленную стоимость – 20% от отпускной цены предприятия без НДС;

♦ снабженческо–сбытовая надбавка посреднической организации – 25% от покупной цены;

♦ розничная цена – 126 руб.

Задача 2.5

Фирма, выпускающая холодильники, исходя из оценки рыночной конъюнктуры и цен конкурентов считает, что розничная цена на одну из моделей ее изделия может быть установлена на уровне $ 300. при этом: прибыль и расходы розничной торговли составляют 30% цены; прибыль и расходы оптовой торговли – 25 и собственная прибыль фирмы – 25%.

Каковы должны быть издержки производства данной модели?

Практическое задание № 3

Форма практического задания: практическое задачи

Практические задачи

Задача 3.1

Исходные данные:

постоянные затраты предприятия в год – 50 000 руб.;

♦ отпускная цена единицы продукции – 18 руб.;

♦ переменные затраты на единицу продукции –10 руб.;

♦ текущий объем продаж – 8000 шт.;

♦ приемлемый диапазон объема производства – 4000–12000 шт.

Определите:

а) прибыль предприятия при сокращении переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 5000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же;

б) некую отпускную цену единицы продукции следует установить для получения прибыли в сумме 25 000 руб. от продажи 8000 единиц продукции;

в) какой добавочный объем продаж необходим для покрытия дополнительных постоянных затрат в размере 10 000 руб., связанных с расширением производства.

Задача 3.2

Предприятие производит один вид продукции и планирует выпустить в следующем квартале 100 000 единиц. Планируемые затраты при этом составят:

♦ заработная плата основных рабочих – 60 000 ден. ед.;

♦ основные материалы – 20 000 ден. ед.;

♦ переменные накладные расходы – 20 000 ден. ед.;

♦ постоянные накладные расходы – 40 000 ден. ед.;

Итого: 140 000 ден. ед.

Предприятие получило заказы на 80 000 единиц продукции по рыночной цене 18 ден. ед. за шт. Вместе с тем еще один дополнительный заказчик согласен купить 20 000 единиц по цене 12 ден. ед. за шт. Следует ли предприятию принимать дополнительный заказ?

Задача 3.3

Предположим, что фирма на условиях скользящих цен получила заказ на поставку какого–либо оборудования. Дата поступления заказа 1999 г., срок поставки – 2001 г. Предложенные поставщиком условия скольжения определяют следующую раскладку цены на составляющие:

♦ стоимость материалов – 50%;

♦ стоимость рабочей силы – ~ 35 %;

♦ неизменяемая часть – 15 %,

За 1999–2001 гг. цены на материалы могут вырасти на 16,9 %, а ставки номинальной заработной платы в машиностроении повыситься на 24,5 %. Приняв базисную цену за 100 условных единиц, определить по формуле скольжения процент повышения цены.

Задача 3.4

Определите отпускную цену на новую шаровую мельницу, предназначенную для дробления угля, выпущенную вместо ранее применяемой мельницы. Главный технический параметр – производительность (т/час) нового изделия 25, а ранее освоенного – 16. Оптовая цена старой мельницы – 41,6 млн руб.

Задача 3.5

Определите розничную цену на стиральную машину, предназначенную для замены ранее освоенной, стоившей 1220 тыс. руб. Основной технический параметр – производительность (кг/час) новой машины составляет 7, а ранее освоенной – 5.

Задача 3.6

Оптово–посредническая фирма Брюз Эко по заказу покупателя обеспечивает его определенного вида продукцией. Рассчитайте точку безубыточности ее деятельности при условии, что цена за реализованную оптовую единицу составляет 10 руб. При этом переменные расходы составили 6 руб. в расчете на 1 изделие. Общая величина постоянных расходов – 100 тыс. руб.

Задача 3.7

Винный магазин с текущим сбытом баночного пива в 400 единиц в неделю хочет определить, сколько единиц необходимо продавать для поддержания текущей выручки, если цены на все сорта пива будут снижены на 55. начальный уровень цен принять за 100%.

Задача 3.8

Магазин с товарооборотом в 2000 ден. ед. в неделю и рентабельностью продаж 20 % рассматривает возможность 10–процентного снижения цены. До какой суммы надо увеличить объем продаж для поддержания текущего уровня валовой прибыли?

Практическое задание № 4

Форма практического задания: ситуационные задачи

Задача 1

Какие методы ценообразования, основанного на спросе, используются в следующих ситуациях?

1.Вы продаете товары ассортиментной группы по цене, которая только незначительно покрывает издержки на их производство, в надежде, что клиенты купят еще и товары других, более прибыльных ассортиментных групп.

2.Вы продаете товары (услуги) по такой цене, что клиенты, приобретая их, думают, что они совершают выгодную покупку.

3.Вы продаете товары (услуги) по такой цене, чтобы клиенты думали, что высокая цена означает высокое качество.

4.Вы продаете товары (услуги) по цене, которую они могут заплатить.

5.Вы продаете клиентам комплект, включающий ручку, карандаш, блокнот, по заниженной цене.

6.Вы устанавливаете достаточно высокую цену на товар, о котором клиенты почти ничего не знают.

Задача 2. Опасности резких ценовых изменений

Уровень цены оказался слишком высоким для потребителя, и товар не продается.

Как установить равновесие интересов продавца и покупателей с помощью цены?

Какую роль играет изменение цен в повышении объема продаж?

Предлагаемый вариант ответа № 1. Снизить завышенный уровень цены.

Предлагаемый вариант ответа №2. Не снижать цены, возможно, повысить.

Выберите правильный вариант ответа и дайте пояснения, при каких условиях это верно?

Изобразите графически процесс восстановления равновесной цены.

Задача 3. Цена и конъюнктура рынка

Фирма инвестировала в развитие производства своего товара Х капитал в размере 240 000 у.е. и ожидает получить в будущем году прибыль через цены в размере 10%. При этом переменные затраты на производство данного вида товара на этом предприятии составляют 1050 у.е., а постоянные затраты находятся на уровне 90 000 у.е.

Анализ экономической конъюнктуры позволил сформулировать два сценария развития рынка и прогноза продаж товара Х.

• пессимистический сценарий – продажи на уровне 90 000 шт.;

• оптимистический сценарий – продажи на уровне 150 000 шт.

Задание: рассчитайте уровни цены на товар Х.

а) предельную цену;

б) цену безубыточности;

в) целевую цену.

Какую прибыль может получить предприятие при разных вариантах развития экономической конъюнктуры?

Практическое задание № 5

Форма практического задания: практическое задачи

Практические задачи

Задача 5.1

Имеются следующие данные о цене товара на начало каждого месяца (ден. ед. за кг): январь – 62, февраль – 64, апрель – 61, май – 66, июль – 70. Определите среднюю цену товара за полугодие.

Задача 5.2

Имеются следующие данные о ценах на некоторый продукт (ден. ед.): 1 января – 48, 1 марта – 53, 1 апрели – 66, 1 мая – 73, 1 июля – 81.

Вычислите среднее значение цены продукта за январь–июль, 127

Задача 5.3

Имеются следующие данные о товаре А на начало каждого месяца (руб. за 1 кг):

1 января – 48, 1 февраля – 45, 1 марта – 43, 1 – апреля – 40; 1 мая – 46, 1 июня – 50, 1 июля – 48.

Определите среднюю цену товара за полугодие.

Задача 5.4

Требуется определить среднегодовую цену товара, если средняя цена за первое полугодие составила 14 тыс. руб. за единицу, а за второе полугодие – 16 тыс. руб. Товарооборот в первом полугодии – 50 млн руб., а во втором – 62 млн руб.

Задача 5.5

Определите среднюю цену смеси конфет, если известно, что сорт А имел цену 60 руб. и его удельный вес в стоимости смеси составлял 10%, сорт Б – цену 70 руб. и его удельный вес 30%, сорт В – цену 80 руб. и 40%, сорт С 90 руб. и 20%.

Задача 5.6

Цена свежих огурцов на колхозном рынке изменилась следующим образам: 1.06 – 15 руб., 10.06 – 13 руб., 14.06 – 12 руб., 25.06 – 10 руб. Определите среднюю цену огурцов за июнь.

Задача 5.7

В I квартале реализовано 6,7 млн банок по цене 12 руб., во II квартале – 5,3 млн банок по цене 13 руб. Определите среднюю цену банки сгущенного молока с сахаром.

Задача 5.8

На начало года цена товара составляла 30 ден. ед. за шт. 10 апреля она снизилась на 5 %, 18 сентября еще на 5 %. Товарооборот по данному, товару составил: I квартал – 300 тыс. ден. ед., II квартал – 350 (в т. ч. в апреле – 125), III квартал – 380 (в т. ч. сентябрь – 120), IV – 500 тыс. ден. ед. Определить среднегодовую цену товара.

Задача 5.9

На начало года цена товара составляла 50 ден. ед. за шт. 10 апреля она снизилась до 45 ден. ед., 15 декабря до 38 ден. ед. Товарооборот по данному товару составил: I квартал – 300 тыс. ден. ед., II квартал – 350 (в т. ч. в апреле – 125), Ш квартал – 380, IV – 500 тыс. ден. ед. (в т. ч. в декабре – 160). Определить среднегодовую цену товара.

Задача 5.10

Вычислите среднюю годовую цену товара, если известно, что его цена на 1 января составляла 3 ден. ед. за шт.; с 15марта цена увеличилась на 6%, а с 15 июля – на 15%. Оборот по реализации (товарооборот) составил за год 2000 ден. ед.; за I квартал – 250, в том числе за март – 90 ден. ед.; за II квартал – 500; за июль – 160 ден. ед.

Задача 5.11

Вычислите среднегодовую цену товара, если известно, что цена к началу года была 15 ден. ед. за шт., с 18.03 цена снизилась на 10%, а с 18.07 на 6%. Оборот по реализации за год составил 600 тыс. ден. ед., за I кв. – 100, в том числе за март – 40 тыс. ден. ед., за II кв. – 120, за июль – 50 тыс. ден. ед.

Примеры тестовых заданий

Вопрос 1. Базисное условие цены FCA предполагает сдачу товара:

- в порту назначения
- в порту отправления
- первому перевозчику в поименованном пункте
- **экспедитору в поименованном пункте**

Вопрос 2. Более высокую цену можно установить, если спрос …

- единичной эластичности
- **неэластичный**
- сезонный
- эластичный

Вопрос 3. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

- **имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара**
- информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна
- отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли
- товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя

Вопрос 4. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:

- цена всегда выше стоимости
- цена всегда равна стоимости
- **цена может быть выше или ниже стоимости**
- цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях

Вопрос 5. В России стратегия монополистического ценообразования …

- законом не запрещена
- **запрещена законом**
- запрещена этикой рынка
- разрешается

Вопрос 6. Верхняя граница цены определяется …

- затратами и максимальной прибылью
- **спросом**
- суммой внешних и внутренних затрат
- суммой постоянных и переменных затрат

Вопрос 7. Виды себестоимости:

- **полная**
- **производственная**
- производственная
- реализационная
- рыночная
- **среднеотраслевая**
- **цеховая**

Вопрос 8. Виды цен в зависимости от территории действия:

- гибкие
- **единые**
- зональные
- контрактные
- **местные**
- рыночные
- справочные

Вопрос 9. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:

- распределительной
- **регулирующей**
- стимулирующей
- учетно-измерительной

Вопрос 10. Государство устанавливает нижний лимит цен для …

- обеспечения необходимой прибыли организациям
- **решения социальных вопросов**
- стимулирования инновационной деятельности
- фискальных целей

Вопрос 11. Декларирование цен – это …

- вид ценовой стратегии
- **форма государственного контроля за ценами на продукцию** организаций-монополистов
- форма ценовой дискриминации
- форма ценовой конкуренции

Вопрос 12. Зависимость свободной розничной цены от косвенных налогов:

- зависимость равна 1
- обратно пропорциональная
- **прямо пропорциональная**
- такой зависимости не прослеживается

Вопрос 13. Закупочные цены используются для …

- реализации промышленной продукции организациям
- реализации сельхозпродукции населению
- **реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и организациям в больших объёмах**
- скупки сырья и материалов у организаций

Вопрос 14. Затратный подход к ценообразованию основан на учёте …

- **всех фактических затрат на производство и сбыт товаров**
- зависит от спроса населения на товар
- постоянных затрат на производство товара
- прямых затрат на производство товара

Вопрос 15. Когда потолок цен устанавливается ниже равновесной цены, возникает …

- **дефицит**
- избыток

- изменение предложения
- изменения объема продаж

Вопрос 16. Косвенные методы регулирования цен

- введение рекомендательных цен по важнейшим видам продукции
- изменение акцизной ставки
- установление паритетных цен
- установление предельного норматива рентабельности

Вопрос 17. Маржинальная теория цены и ценообразования считает базой цены товара …

- качество
- полезность
- **предельную полезность**
- редкость

Вопрос 18. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:

- **адаптивной политики цен**
- маркетингового ценообразования
- политики доминирующего лидерства
- политики приспособления к ведущим конкурентам

Вопрос 19. Недостатки методов затратного ценообразования:

- **игнорирование информации о поведении конкурентов**
- игнорирование информации о поведении покупателей
- недостоверность исходных данных
- сложность сбора информации

Вопрос 20. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:

- **в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия**
- в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден
- товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей
- товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель

Вопрос 21. Определите переменные издержки единицы продукции (руб.), при условии, что точка безубыточности равна 500 ед., годовая сумма постоянных издержек составляет 70000 руб., цена продукции – 200 руб.:

- 140
- 2,5
- 350
- **60**

Вопрос 22. Определите точку безубыточности (шт.), если известно, что годовая сумма постоянных издержек составляет 56000 руб., цена продукции – 300 руб., переменные издержки – 100 руб.:

- 140

- 187
- **280**
- 560

Вопрос 23. Определить оптовую цену предприятия при условии, что полная себестоимость изделия составляет 350 руб., а норма прибыли 30%, НДС 10%:

- 455
- **500**
- 536,9
- 590

Вопрос 24. Основной метод установления цен:

- «снятия сливок»
- захват потребительского излишка
- максимум прибыли
- обеспечение безубыточности
- **средние затраты плюс прибыль**

Вопрос 25. Переменные затраты на единицу продукции …

- зависят от постоянных затрат
- остаются неизменными
- снижаются в зависимости от объёма производства
- **увеличиваются, если объём производства растёт**

Вопрос 26. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:

- взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей
- взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей
- **взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей**
- все товары производятся в условиях конкуренции

Вопрос 27. Показатель рентабельности продаж товара прямо пропорционален …

- величине косвенных налогов
- **прибыли от реализации товара**
- себестоимости товара
- ценовым надбавкам

Вопрос 28. Политика фиксированных цен заключается в продаже товара по ценам …

- все ответы верны
- ниже себестоимости
- определяемым торговым посредником
- **утверждённым руководством организации**

Вопрос 29. Полная себестоимость продукции включает …

- альтернативные расходы
- маржинальные расходы

- **производственную себестоимость и расходы на продажу**
- только производственную себестоимость

Вопрос 30. При базисном условии цены CFR морская транспортировка осуществляется:

- на риск и за счет покупателя
- на риск и за счет продавца
- **на риск покупателя, но за счет продавца**
- на риск продавца, но за счет покупателя

Вопрос 31. При базисном условии цены FAS морская транспортировка осуществляется:

- **на риск и за счет покупателя**
- на риск и за счет продавца
- на риск покупателя, но за счет продавца
- на риск продавца, но за счет покупателя

Вопрос 32. При заключении контракта на условии поставки по цене CPT обязанности продавца считаются выполненными:

- в момент прибытия товара к месту назначению, указанному в контракте
- **при передаче товара первому перевозчику**
- при передаче товара экспедиторской компании
- при погрузке товара в железнодорожный вагон

Вопрос 33. При каких базисных условиях поставки у продавца возникают издержки по транспортировке экспортных грузов за рубежом?

- CIF (CFR)
- **DAF**
- DEQ
- FOB

Вопрос 34. При условиях цены FCA, где поименованным пунктом является аэропорт, ответственность продавца заканчивается:

- верны ответы «а» и «в»
- **при передаче груза воздушному перевозчику в аэропорту отправления**
- при погрузке товара на воздушное транспортное средство
- при получении товара покупателем в аэропорту назначения

Вопрос 35. Признаки мировой цены – это …

- высокие экспортно-импортные тарифы
- наличие информации в печати
- **платежи в свободно конвертируемой валюте**
- **представительность**
- регулируемость уровня цен государствами
- **совершение крупных экспортных и импортных сделок**

Вопрос 36. Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении …

- затрат на производство

- оптовой цены предприятия
- отпускной цены на продукцию производственного назначения
- **розничной цены потребительских товаров**

Вопрос 37. Публикуемые (справочные) цены, как правило, являются ценами …

- взаимозачёта
- обмена
- **предложения**
- спроса

Вопрос 38. Пути снижения себестоимости:

- использование «черной» бухгалтерии
- переход на другую систему уплаты налогов
- **применение ресурсосберегающих технологий**
- снижение производительности труда
- **снижение трудоемкости продукции**

Вопрос 39. Равновесная цена – цена, при которой равны …

- объём реального производства и потенциальные возможности организации
- **объём спроса на товар и объём его предложения**
- прибыль и затраты на производство товара
- рентабельность и затраты на производство товара

Вопрос 40. Разность между выручкой от продаж продукции и переменными затратами….

- валовая прибыль
- **маржинальная прибыль**
- чистая прибыль
- чистый доход

Вопрос 41. Расчетная цена участника внешнеторговой сделки – это …

- **нижний порог цены для участника сделки**
- цена другой сходной сделки на сходный товар
- цена, оглашенная в справочных каталогах и рекламных проспектах
- цена, по которой участник сделки желал бы продать (купить) товар

Вопрос 42. Регулирование государством цен посредством установления условий ценообразования осуществляется в формах …

- **государственного контроля за монопольными ценами**
- замораживания цен
- установления государственных прейскурантных цен
- установления максимального уровня разового повышения цен

Вопрос 43. Регулирование цен на продукцию монополистов может осуществляться в форме применения … цен.

- **предельных**
- прейскурантных
- сезонных

- скользящих

Вопрос 44. Регулирование цен со стороны государства в условиях рыночной экономики …

- желательно только на предметы потребления
- не осуществляются
- **необходимо на ограниченный круг товаров**
- необходимо только на продукты питания

Вопрос 45. Регулируемая система цен в основном применяется …

- **в отраслях с естественной монополией**
- на мировом рынке
- на потребительском рынке
- на рынках средств производства

Вопрос 46. Регулируемые цены отличаются от свободных цен по …

- абсолютным показателям
- конъюнктуре мирового рынка
- натуральным показателям
- **степени и характеру вмешательства государства в ценообразование**

Вопрос 47. Сезонность может привести на рынке к …

- **колебаниям розничных цен**
- стабильности розничных цен
- шокам предложения
- шокам спроса

Вопрос 48. Спрос можно считать неэластичным, если:

- **при изменении цены спрос не изменится**
- при несущественном снижении цены спрос увеличится значительно
- при постоянной цене изменяется спрос
- при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно

Вопрос 49. Ставки налога на добавленную стоимость согласно НК РФ:

- **0; 10; 18**
- 10; 18

1

- 3; 18
- 5; 10; 13; 18

Вопрос 50. Статьи калькуляции расчётной базы цены, относящиеся к прямым расходам:

- коммерческие расходы
- общехозяйственные расходы
- **сырьё и материалы**
- **топливо и энергия на технологические цели**

Вопрос 51. Стратегия низких цен используется …

- **для прорыва на рынок**
- для товаров, выпускаемых в небольших объемах

- при больших финансовых затратах
- **при масштабном выпуске продукции**

Вопрос 52. Стратегия средних цен может быть представлена стратегией …

- «снятия сливок»
- дифференцированных цен
- проникновения на рынок
- **следования за лидером**

Вопрос 53. Стратегия, при которой установление цен на более низком уровне, чем по мнению большинства покупателей заслуживает товар с данной экономической ценностью называется стратегией:

- премиального ценообразования
- скидок
- скорейшего возврата средств
- **ценового прорыва**

Вопрос 54. Таможенная пошлина – это …

- **косвенный налог**
- нет верного ответа
- прямой налог
- ценовое вознаграждение таможенного органа за его услуги

Вопрос 55. Тарифы как цены на услуги могут быть …

- макроэкономическими
- маржинальными
- **оптовыми**
- **розничными**

Вопрос 56. Тендер позволяет приобрести товар по …

- максимальной цене
- **минимальной цене**
- средней арифметической
- цене, максимально отражающей качество товара

Вопрос 57. Точка безубыточности – это:

- все ответы верны
- **объем производства, при котором производитель работает без убытков**
- правильного ответа нет
- уровень затрат, необходимый для производства продукции
- цена, при которой организация начинает получать прибыль

Вопрос 58. Увеличить прибыль за счет установления высоких цен возможно …

- в условиях совершенной конкуренции
- на олигопольном рынке
- **при выпуске продукции, не имеющей аналогов**
- при эластичном спросе

Вопрос 59. Условие, при котором продавец выполнил поставку, когда товар перешел через поручни судна в названном порту отгрузки. На

продавца возлагается обязанность по таможенной очистке товара для экспорта. Это цена называется:

- DAF
- DEQ
- FAS
- **FOB**

Вопрос 60. Условия «франко» зависят от …

- государственной политики
- **особенностей его транспортировки**
- **рыночной стратегии продавца**
- **типа товара**

Вопрос 61. Цена спроса – это …

- **максимальная цена за товар**
- минимальная цена, которую покупатель согласен заплатить
- средняя цена за товар
- цена, по которой совершается сделка

Вопрос 62. Ценовая стратегия, которую рекомендуется применять при неоднородности покупателей и возможности продажи одного и того же товара по нескольким ценам:

- дискриминации цен
- **дифференциации цен**
- конкурентного ценообразования
- нет верного ответа

Вопрос 63. Ценовые стратегии разрабатываются …

- **при изменении цены своего товара конкурентом**
- **при несоответствии цены на товар спросу**
- при соответствии спроса и предложения
- **при установлении цены на новый товар**
- с целью стабилизации рынка

Вопрос 64. Цены биржевых операций называются …

- **котировки**
- лимиты
- оферты
- тарифы

Вопрос 65. Цены по характеру обслуживаемого оборота:

- **закупочные**
- мировые
- монопольные
- **оптовые**
- престижные
- региональные
- регулируемые
- **розничные**

Вопрос 66. Цены, используемые ТНК во внутрифирменных расчетах

- закупочные

- оптовые
- розничные
- **трансфертные**

Вопрос 67. Чему равна прибыль единицы продукции, если отпускная цена изделия с НДС составляет 490 руб., НДС 18%, себестоимость изделия – 310 руб.

- 105
- **105,25**
- 180
- 91,8

Вопрос 68. Через цены осуществляется связь между производством и потреблением, предложением и спросом. Цена здесь выполняет:

- информационную функцию
- распределительную функцию
- стимулирующую функцию
- **функцию сбалансирования спроса и предложения**

Вопрос 69. Эластичность спроса по цене – это …

- отношение процентного изменения спроса к процентному изменению предложения товара
- **отношение процентного изменения спроса к процентному изменению цены**
- отношение процентного изменения цены к процентному изменению предложения товара
- отношение процентного изменения цены к процентному изменению спроса

Вопрос 70. Этап жизненного цикла товара, на котором прибыль от продаж достигает максимального значения – этап …

- внедрения на рынок
- **зрелости товара**
- насыщения рынка
- роста продаж
- спада

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Ценовая политика» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Задания 1-го типа

Теоретические вопросы

1. Сущность и основные функции цены.
2. Характеристика учетной функции цены.
3. Характеристика распределительной функции цены.
4. Характеристика регулирующей функции цены.
5. Характеристика стимулирующей функции цены
6. Теории стоимости и цены товара.
7. Место и роль цены в рыночном хозяйстве.
8. Методология рыночного ценообразования: цели и принципы.
9. Виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.
10. Виды цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов.
11. Виды цен в зависимости от степени участия государства в их формировании.
12. Виды цен в зависимости от форм продаж.
13. Классификация цен по способу их установления в договорах.
14. Виды цен в зависимости от выбранной ценовой стратегии.
15. Понятия состава и структуры цены. Характеристика основных элементов цены.
16. Надбавка как структурный элемент цены.
17. Определение системы цен и признаки, лежащие в ее основе.
18. Внешние факторы, оказывающие влияние на уровень и динамику цен.
19. Внутренние факторы, оказывающие влияние на уровень и динамику цен.
20. Конкуренция и ее воздействие на уровень цены.

21.Равновесие спроса и предложения. Регулирование равновесной цены.
22.Взаимодействие цены и предложения. Кривая предложения.
23.Взаимодействие цены и спроса. Кривая спроса.
24.Эластичность спроса от цены. Формула коэффициента ценовой эластичности.
25.Особенности ценообразования на различных типах рынков.

Задания 2-го типа

Теоретические вопросы

1. Этапы процесса ценообразования, их характеристика.
2. Общая характеристика методов ценообразования.
3. Затратные методы ценообразования.
4. Нормативно-параметрические методы ценообразования.
5. Методы рыночного ценообразования.
6. Методы ценообразования, ориентированные на издержки.
7. Методы ценообразования, ориентированные на спрос.
8. Методы ценообразования, ориентированные на конкуренцию.
9. Формирование свободных цен на отечественные товары.
10. Государственное регулирование цен: содержание и цели.
11. Методы прямого регулирования цен.
12. Методы косвенного регулирования цен.
13. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов.
14. Взаимосвязь издержек и цены.
15. Методы калькуляции себестоимости продукции.
16. Прибыль и ее связь с ценой. Расчет точки безубыточности.
17. Ценовая политика предприятия в условиях рынка.
18. Факторы, оказывающие влияние на ценовую политику предприятия.
19. Виды ценовых стратегий.
20. Основные этапы разработки ценовой стратегии предприятия.
21. Организация контроля за соблюдением порядка формирования цен.
22. Взаимосвязь цен и денежного обращения.
23. Взаимосвязь цен и кредита.
24. Взаимосвязь цен и инфляции.
25. Взаимодействие цен и налогов

Задания 3-го типа

Практическое задание

1. Предприятие производит изделие по цене 210 руб. Общие постоянные расходы на него составляют 200 000 руб. Удельные переменные расходы в I квартале составили 160 руб. Во II квартале цены на материалы снизились на 10%, что привело к снижению удельных переменных расходов на 10%.

Определите, как повлияло на критический объем продукции изменение цен на материалы.

2. Цена на изделие в I квартале составляла 160 руб., во II – увеличилась на 10%. Постоянные издержки – 1500 тыс. руб., удельные переменные издержки 100 руб. Как увеличение цены повлияло на изменение критического объема продукции?
3. В I квартале произведено 10 тыс. изделий по цене 70 руб. за единицу. Постоянные расходы составляют 160 000 тыс. руб., удельные переменные расходы – 50 руб. Во II квартале планируется повысить прибыль на 8%. Сколько необходимо дополнительно произвести продукции, чтобы увеличить прибыль на 8%.
4. Определите розничную цену на стиральную машину, предназначенную для замены ранее освоенной, стоившей 1220 тыс. руб. Основной технический параметр – производительность (кг/час) новой машины составляет 7, а ранее освоенной – 5.

5. Оптово–посредническая фирма Брюз Эко по заказу покупателя обеспечивает его определенного вида продукцией. Рассчитайте точку безубыточности ее деятельности при условии, что цена за реализованную оптовую единицу составляет 10 руб. При этом переменные расходы составили 6 руб. в расчете на 1 изделие. Общая величина постоянных расходов – 100 тыс. руб.
6. Винный магазин с текущим сбытом баночного пива в 400 единиц в неделю хочет определить, сколько единиц необходимо продавать для поддержания текущей выручки, если цены на все сорта пива будут снижены на 55. начальный уровень цен принять за 100%.
7. Определите среднюю цену смеси конфет, если известно, что сорт А имел цену 60 руб. и его удельный вес в стоимости смеси составлял 10%, сорт Б – цену 70 руб. и его удельный вес 30%, сорт В – цену 80 руб. и 40%, сорт С 90 руб. и 20%.
8. Цена свежих огурцов на колхозном рынке изменилась следующим образам: 1.06 – 15 руб., 10.06 – 13 руб., 14.06 – 12 руб., 25.06 – 10 руб. Определите среднюю цену огурцов за июнь.
9. В I квартале реализовано 6,7 млн банок по цене 12 руб., во II квартале – 5,3 млн банок по цене 13 руб. Определите среднюю цену банки сгущенного молока с сахаром.
10. На начало года цена товара составляла 30 ден. ед. за шт. 10 апреля она снизилась на 5 %, 18 сентября еще на 5 %. Товарооборот по данному, товару составил: I квартал – 300 тыс. ден. ед., II квартал – 350 (в т. ч. в апреле – 125), III квартал – 380 (в т. ч. сентябрь – 120), IV – 500 тыс. ден. ед. Определить среднегодовую цену товара.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Анализ финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия»

Направление подготовки:38.03.06 Торговое дело
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ.....3
II. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....5
III. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН.....5
IV. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....8
V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....9
VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....14
VII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 16

I. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Анализ финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки *38.03.06 Торговое дело,* утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г. N 963.

Изучение дисциплины «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» ориентировано на получение обучающимися знаний о финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Дисциплина «Анализ финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия» при подготовке направления 38.03.06 Торговое дело позволяет сформировать и развить общекультурные и профессиональные компетенции, обеспечивающие способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, собрать, преобразовать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, подготавливать информацию, выполнять расчеты, необходимые для принятия управленческих решений, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми в организации стандартами.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению *38.03.06 Торговое дело*, входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Анализ финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия» является формирование у слушателей аналитического творческого мышления путем освоения методологических основ и приобретения практических навыков анализа деятельности, необходимых в практической работе, а также формирование у слушателей глубоких знаний по организации и методике проведения анализа показателей, содержащихся в формах бухгалтерской, управленческой, статистической и налоговой отчетности, для объективного представления о достигнутых результатах финансовой деятельности организации; разработки и обоснования вариантов принимаемых решений для реализации финансовой политики и управления производством, обеспечивающих повышение эффективности использования финансовых ресурсов организации.

Задачи дисциплины:

- получение теоретических знаний, навыков практических расчетов, знакомство с основными понятиями экономического анализа;
- освоение методологии аналитических расчетов, развитие в студенте аналитических способностей;
- изучение способов определения финансового положения организации, эффективности его финансовой деятельности на основе анализа всех форм бухгалтерской (финансовой) отчетности;
- определение оценки влияния результатов финансовой деятельности организации на результаты снабженческой, сбытовой, производственной;
- изучение способов выявления и количественной оценки резервов увеличения эффективности экономической деятельности организации.

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК1**	1.2 Осуществляет поиск, сбор и анализ информации необходимой для решения профессиональных задач по управлению торгово-экономическими системами	способы поиска, сбора и источники информации для проведения финансового и экономического анализа, методы и приемы финансового анализа; методики экономического анализа торговых организаций; внешнюю и внутреннюю отчетность организации, методики для выполнения аналитической работы	правильно использовать внешнюю и внутреннюю отчетность для выполнения аналитической арботы; обосновывать выводы по результатам расчетов анализа; приемами расчета показателей в методиках анализа, применять количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений	составления аналитических выводов по результатам расчетов, доказательно строить обобщения и формулировать предложения, направленные на повышение эффективности и результативности деятельности экономического субъекта, подготовки аналитических материалов для управления бизнес-процессами и оценки их эффективности	Контактная работа: Лекции Практикум по решению задач, Самостоятельная работа

		1.3. "Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности "	методы и приемы финансового анализа; методики экономического анализа, значение анализа в управлении экономическим субъектом, его содержания и логики проведения, подходов и аналитических приемов обоснования оперативных, тактических и стратегических управленческих решений, направлениях использования результатов анализа для обоснования и реализации управленческих решений	выбирать методы, приемы, методики анализа для решения поставленных профессиональных целей и задач анализа	составления мотивированных заключений, аналитических, объяснительных записок по результатам проведенного анализа	

III. Тематический план

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)							Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
		Лекции	Активные занятия		Интерактивные занятия					
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	
Очная форма										

Тема 1. Экономический анализ в системе управления и информационная база экономического анализа	ПК-1.2 ПК-1.3	4		4						12	Практикум по решению задач 10
Тема 2. Методология и методика экономического анализа	ПК-1.2 ПК-1.3	4		4						12	Практикум по решению задач/10
Тема 3. Анализ производства и реализации продукции.	ПК-1.2 ПК-1.3	4		4						12	Практикум по решению задач/10
Тема 4. Анализ ресурсов предприятия	ПК-1.2 ПК-1.3	4		4						12	Практикум по решению задач/10
Тема 5. Анализ расходов на производство и продажу продукции.	ПК-1.2 ПК-1.3	4		4						12	Практикум по решению задач/10
Тема 6. Анализ результатов деятельности организации	ПК-1.2 ПК-1.3	4		4						12	Практикум по решению задач/10
Тема 7. Анализ финансового состояния предприятия	ПК-1.2 ПК-1.3	6		2	4					12	Ситуационный практикум/10 Тест/30
Всего, час	**ПК-1.2 ПК-1.3**	**30**		**26**	**4**					**84**	**100**
Контроль, час		**36**									**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)		**180**									
Объем дисциплины (в зачетных		**5**									

единицах)	

IV. Содержание дисциплины

1. Экономический анализ в системе управления и информационная база экономического анализа

Понятие экономического анализа. Предмет и объекты экономического анализа. Значение и место экономического анализа в системе наук. Роль экономического анализа в системе управления организацией. Функции экономического анализа. Принципы экономического анализа. Классификация видов анализа и их характеристика. Информационная база экономического анализа. Информационное обеспечение анализа. Классификация информации. Принципы организации аналитической работы. Этапы проведения аналитической работы. Документальное оформление результатов анализа.

Тема 2. Методология и методика экономического анализа.

Понятие методологии и методики экономического анализа. Виды показателей, используемых в экономическом анализе.

Традиционные методы обработки информации в экономическом анализе. Факторный анализ. Основные методы и этапы факторного анализа. Моделирование, детерминированных моделей. Преобразование детермированных факторных моделей. Способы измерения влияния факторов в детерминированном факторном анализе: методы цепных подстановок, абсолютных разниц, относительных разниц, индексы.Методы логарифмирования ,интегральный метод, Стохастический факторный анализ

Тема 3. Анализ производства и реализации продукции.

Анализ объема производства и реализации продукции компании. Анализ ассортимента и качества продукции. Анализ конкурентоспособности продукции. Анализ ритмичности работы предприятия.Анализ резервов повышения объемов производства и реализации продукции.

Тема 4. Анализ ресурсов предприятия.

Понятие основных производственных фондов (основных средств) предприятия. Анализ обеспеченности основными производственными фондами. Анализ интенсивности и эффективности использования основных производственных фондов. Анализ использования производственной мощности предприятия. Анализ резервов ОС. Анализ материальных запасов и затрат по обслуживанию. Модель экономически обоснованного заказа (EOQ). Контроль движения материальных запасов. Анализ эффективности использования оборотных средств. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами. Анализ использования фонда рабочего времени. Анализ

эффективности использования трудовых ресурсов. Анализ эффективности использования фонда заработной платы. Анализ резервов повышения использования трудовых ресурсов. Анализ резервов повышения использования материальных ресуросов.

Тема 5 .Анализ расходов на производство и продажу продукции

Маржинальный анализ. Виды затрат. Допущения маржинального анализа. Маржинальная прибыль. Анализ расходов организации по обычным видам деятельности. Анализ полной себестоимости продукции и по элементам затрат. Анализ затрат на рубль продукции.Факторный анализ себестоимости отдельных изделий. Анализ отдельных статей затрат. Определение резервов снижения себестоимости продукции.

Тема 6. Анализ результатов деятельности организации

Анализ показателей прибыли предприятия. Анализа показателелй рентабельности компании. Факторный анализ рентабельности. Модель Дюпон, и ее факторный анализа Вертикальный и горизонтальный анализ баланса. Анализ ликвидность активов. Анализ ликвидности баланса. Анализ финансовой устойчивости компании. Модель обеспеченности запасов источниками их финансирования.

Тема 7. Анализ финансового состояния предприятия Основные задачи анализа имущественного потенциала организации. Анализ оборотных активов организации. Анализ изменений в структуре и динамике активов и пассивов баланса. Анализ соотношения дебиторской и кредиторской задолженности. Анализ источников формирования имущества. Анализ ликвидности и платежеспособности предприятия. Коэффициенты ликвидности и платежеспособности. Принципы и значение анализа финансовой устойчивости организации. Задачи анализа финансовой устойчивости. Коэффициенты финансовой устойчивости.Модель обеспеченности запасов источниками их финансирования.

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе изучения дисциплины «Экономический анализ» используются такие виды учебной работы, как лекции, практикумы по решению задач, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по выполнению ситуационных практикумов.

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной

области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;
- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;
- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы,

рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма текущего контроля**
1.Экономический анализ в системе управления и информационная база экономического анализа	Роль экономического анализа в системе управления организацией. Функции экономического анализа Информационное обеспечение анализа. Классификация информации Этапы проведения аналитической работы	Работа в библиотеке Работа с литературой и интернет-источниками Конспектирование	Подготовка к практикуму по решению задач
Тема 2. Методология и методика экономического анализа	Основные методы и этапы факторного анализа. Преобразование детермированных факторных моделей Методы логарифмирования ,интегральный метод, Стохастический факторный анализ	Работа с литературой и Интернет-источниками Конспектирование	Подготовка к практикуму по решению задач
Тема 3. Анализ	Анализ резервов	Работа с литературой и	Подготовка

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Форма текущего контроля
производства и реализации продукции.	повышения объемов производства и реализации продукции.	Интернет-источниками Конспектирование	к ситуационному практикуму
Тема 4. Анализ ресурсов предприятия	Анализ использования производственной мощности предприятия. Анализ резервов ОС. Анализ эффективности использования фонда заработной платы. Анализ резервов повышения использования трудовых ресурсов. Анализ резервов повышения использования материальных ресурсов.	Работа с литературой и Интернет-источниками Конспектирование	Подготовка к практикуму по решению задач
Тема 5. Анализ расходов на производство и продажу продукции.	Факторный анализ себестоимости отдельных изделий. Анализ отдельных статей затрат. Определение резервов снижения себестоимости продукции.	Работа с литературой и Интернет-источниками Конспектирование	Подготовка к практикуму по решению задач
Тема 6. Анализ результатов деятельности организации	Факторный анализ рентабельности. Модель Дюпон, и ее факторный анализа	Работа с литературой и Интернет-источниками Конспектирование	Подготовка к практикуму по решению задач
Тема 7. Анализ финансового состояния предприятия	Анализ НМА, ОС, незавершенного строительства. Анализ изменений в структуре и динамике активов и пассивов баланса. Анализ соотношения дебиторской и кредиторской задолженности.	Работа с литературой и Интернет-источниками Конспектирование	Подготовка к практикуму по решению задач

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

Основная литература:

1. Косорукова И.В. Мощенко О.В., Усанов А.Ю. Экономический анализ: учебник для бакалавриата и магистратуры –Москва: Университет «Синергия», 2021г. -360 с.https://biblioclub.ru./index.php?page=book_red&id=40545323&sr=1

Дополнительная литература:

1. Комплексный Анализ финансово-хозяйственной деятельностихозяйственной деятельности: учебное пособие - Гребнев Г. Д., 2017г. https://biblioclub.ru./index.php?page=book_red&id=485441&sr=1

2. Анализ финансово-хозяйственной деятельностипредприятия: учебник - Прыкина Л. В., Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018 - 253 стр. https://biblioclub.ru./index.php?page=book_red&id=495823&sr=1

Нормативная документация

1. Приказ Минфина России от 02.07.2010 N 66н (ред. от 19.04.2019) "О формах бухгалтерской отчетности организаций" (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 N 18023)

2. Постановление Правительства РФ от 25.06.2003 N 367 "Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа"

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Вопросы экономики	https://www.vopreco.ru/
2.	Экономика и управление на предприятии: научно-образовательный портал	https://www.eup.ru/
3.	Экономика современного предприятия: информационный экономический портал	https://www.esp-izdat.ru/
4.	Экономика предприятия	https://www.ecanomika.ru/
5.	Экономический анализ: теория и практика	http://www.fin-izdat.ru/journal/analiz/
6.	Портал Финансы	http://www.finansy.ru/
7.	Административно-управленческий портал	http://www.aup.ru/
8.	Финансовый директор	http://www.fd.ru/
9.	Министерство финансов Российской Федерации [электронный ресурс]: Нормативные и	http://www.minfin.ru/

	методические материалы. – Москва, ул. Ильинка, 9.	
10.	Финансы и кредит	http://www.fin-izdat.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования;
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программноеобеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программноеобеспечение Microsoft Office Professional;
- КомплекснаяСистемаАнтивирусной Защиты Kaspersky Total Security длябизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение MicrosoftVisualStudioCommunity (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

• Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

VII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация по дисциплине «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» проводится в формеэкзамена.

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	**Наименование оценочного средства**	**Шкала и критерии оценки, балл**
1.	Тестовые задания	«27-30» – верные ответы составляют более 90% от общего количества; «16-27» – верные ответы составляют более 80% от общего количества; «1-15» – более 50% правильных ответов.
2.	Практикум по решению задач-	Отчет по практикуму «10» – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы. «8» – работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы. «6» – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; имеются ошибки в расчетах; необходимые выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы. «4» – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, требуемые формулы не найдены или не поняты, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.
3.	Ситуационный практикум	«10» – ответы развернутые, на все сформулированные вопросы, даны исчерпывающие ответы.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
		«8» – развернутые ответы на большинство сформулированных вопросов. «6» – доклад содержит только часть ответов на сформулированные вопросы. «4» – доклад не содержит ответов на сформулированные вопросы.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к практикуму по решению задач

Задание 1.

Используя данные финансовой отчетности организации за два периода, проанализировать динамику изменения дохода и прибыли от основной деятельности и динамику изменения долей материальных затрат и затрат по управлению производством в общих затратах предприятия если даны следующие данные из финансовой отчетности:

Показатели	**20XXг**	**20YY г**
Выручка от продаж, тыс. руб.	7500	9300
Материальные расходы, тыс. руб.	2000	3100
Фонд оплаты труда с отчислениями, тыс. руб.	1100	1200
Прочие расходы, связанные с управлением производством и сбытом продукции, тыс. руб.	740	1300

Задание 2.

Используя данные финансовой отчетности организации за два периода, проанализировать динамику изменения затрат на производство:

Показатели	**20XXг**	**20YY г**
Материальные расходы, тыс. руб.	2000	3100
Фонд оплаты труда с отчислениями, тыс. руб.	1100	1200
Прочие расходы, связанные с управлением производством и сбытом продукции, тыс. руб.	740	1300
Амортизация	700	780

Задание 3.

Используя данные финансовой отчетности, проведите горизонтальный и вертикальный анализ агрегированного баланса.

Показатели	**20XXг**	**20YY г**
Внеоборотные активы	6371	6144
Оборотные активы	4654	5594
Итого активов	**11025**	**11738**
Капитал и резервы	7877	8179
Долгосрочные обязательства	648	559
Краткосрочные обязательства	2500	300

Итого пассивы	**11025**	**11738**

Задание 4.

Рассчитать цепные и базисные показатели темпа изменения объема производства, сформулируйте выводы.

Период	20X1	20X2	20X3	20X4
Прибыль от реализации продукции, тыс.	2600	2730	2450	2630

Задание 5.

На основанииуказанных ниже данных рассчитайте:

- базисный и цепные темпы роста объема производства продукции,
- среднегодовой темп роста продукции,
- среднегодовой объем производства,

Постройте график динамики производства продукции.

Период	20X1	20X2	20X3	20X4	20X5
Объем производства продукции, т.	1500	1760	2150	2530	2850

Задание 6.

Используя данные таблицы, рассчитайте выручку от реализации продукции, приведите показатель выручки в сопоставимый вид по цене и определить абсолютный и относительный прирост этого показателя.

Показатель	Базисный год	Отчетный год
Объем производства, шт	6300	7200
Цена, руб	30	40
Выручка, млн. руб		

Задание 7.

Определите показатель фондоотдачи, если известно, что в истекшем периоде произведено 50 000 единиц продукции, себестоимость одного изделия – 100 руб., стоимость основных фондов предприятия равна 2,5 млн. руб.

Задание 8.

На основании данных таблицы определить абсолютное и относительное изменение показателей и провести анализ фондоотдачи действующего оборудования методом цепных подстановок на основании модели:

$$ФО_д = \frac{Д * К_{см} * П * ЧВ}{Ц},$$

где $ФО_м$ – фондоотдача машин и оборудования;

$Д$ – количество отработанных дней в периоде;

$К_{см}$ – коэффициент сменности;

П – средняя продолжительность смены;
ЧВ – часовая выработка оборудования;
Ц – цена единицы оборудования.
На основании произведенных расчетов сформулировать выводы.

Показатель	Базисный год	Отчетный год
1	2	3
Средняя стоимость единицы действующего оборудования (*Ц*), тыс. руб.	349,4	354,1
Количество рабочих дней отработанных за год единицей оборудования (*Д*), дни	305	300
Коэффициент сменности (*К см*)		
Продолжительность одной смены (*П*), час.		
Среднечасовой выпуск продукции на единицу оборудования (*ЧВ*), тыс. руб.	0,28	0,3

Задание 9.

На основе исходных данных таблицы определить абсолютное и относительное изменение показателей и степень влияния факторов на материалоемкость продукции методом цепных подстановок, используя модель:

$$M_e = \frac{MP}{ВП} = \frac{M_c + M_m + M_{п.ф} + M_{пр}}{ВП},$$

где M_e– материалоемкость продукции;
МР – затраты на материальные ресурсы;
M_c – затраты на сырье;
M_m – затраты на топливо и электроэнергию;
$M_{п.ф.}$ – затраты на полуфабрикаты;
$M_{пр}$ – затраты на прочие материальные ресурсы;
ВП – выпуск товарной продукции.

Показатели	План	Отчет
1.Выпуск товарной продукции, тыс. руб.	33 400	34 740
2.Материальные затраты, тыс. руб., в том числе:	13 810	14 720
2.1 сырье и материалы	8 570	8 930
2.2. топливо и энергия	2 980	3 040
2.3.полуфабрикаты	1 930	2 390
2.4. прочие	330	360

Задание 10.

На основании данных таблицы проанализировать квалификационный уровень рабочих организации с помощью модели:

$$K_{ур} = \frac{\sum K \times T_р}{\sum K}$$

где: $K_{ур}$ – квалификационный уровень рабочих;

K – количество рабочих;

$T_р$ – тарифный разряд рабочих.

и определить отсутствующие в таблице показатели. Сформулировать выводы.

Типовые задания к ситуационномупрактикуму

Ситуационный практикум 1

- Подготовьте отчетность выбранного предприятия к анализу и диагностике финансового состояния, принесите отчетность организации в электронном виде или на бумажном носителе с собой в аудиторию;
- Ознакомьтесь с материалами соответствующих разделов указанных ниже учебников и интернет-источников.
- Постройте аналитический агрегированный баланс-нетто, проведите горизонтальный и вертикальный анализ активов и пассивов организации;
- Проведите анализ имущественного положения анализируемой компании, оцените ликвидности баланса и платежеспособность организации, проведите анализ финансовой устойчивости по абсолютным и относительным показателям, проведите анализ денежных потоков косвенным методом.
- По результатам анализа подготовьте аналитическую записку, презентацию и публичное выступление.

Бухгалтерский баланс

		Коды
на _____ 20 XX г.		
	Форма по ОКУД	0710001
	Дата (число, месяц, год)	
Организация XXX	по ОКПО	
Идентификационный номер налогоплательщика	ИНН	
Вид экономической деятельности _____	по ОКВЭД	
Организационно-правовая форма/форма собственности _____	по ОКОПФ/ОКФС	
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.)	по ОКЕИ	384 (385)

Местонахождение (адрес)

Пояснения [1]	Наименование показателя [2]	На _____ 20 ____ г.[3]	На 31 декабря 20 11 г.[4]	На 31 декабря 20 12 г.[5]
	АКТИВ **I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ**		150	165

	Нематериальные активы			
	Результаты исследований и разработок			
	Нематериальные поисковые активы			
	Материальные поисковые активы			
	Основные средства		209284	335179
	Доходные вложения в материальные ценности			
	Финансовые вложения		3865	4809
	Отложенные налоговые активы			1
	Незавершенное стоительство		87639	17490
	Прочие внеоборотные активы		1084	
	Итого по разделу I		**302022**	**357644**
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ Запасы		330349	483118
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям		101095	130711
	Дебиторская задолженность		348497	339094
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)		30509	31665
	Денежные средства и денежные эквиваленты			
	Прочие оборотные активы		1563	2874
	Итого по разделу II		**888319**	**1062613**
	БАЛАНС		**1190341**	**1420257**

Форма 0710001 с. 2

Пояснения [1]	Наименование показателя [2]	На _____ 20 ____ г.[3]	На 31 декабря 20 11 г.[4]	На 31 декабря 20 12 г.[5]
	ПАССИВ **III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ [6]** Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)		128500	128500
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	([7])	( )	( )
	Переоценка внеоборотных активов			
	Добавочный капитал (без переоценки)		107972	107972
	Резервный капитал		6425	6425
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)		285249	287371
	Итого по разделу III		**528146**	**530268**
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА Заемные средства			
	Отложенные налоговые обязательства		-	959
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства		3255	
	Итого по разделу IV		**3255**	**959**

	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА Заемные средства		39335	
	Кредиторская задолженность		717942	885992
	Доходы будущих периодов		5	21
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства		1658	2017
	Итого по разделу V		**658940**	**889030**
	БАЛАНС		**1190341**	**1420257**

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Экономический анализ» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков,	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
полученных в результате освоения дисциплины	**-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Промежуточная аттестация по дисциплине «проводится в форме экзамена.

Задания 1типа.

1. Основные этапы анализа хозяйственно экономических показателей деятельности предприятия.
2. Традиционные способы обработки информации в экономическом анализе.
3. Способ цепной подстановки в факторном анализе.
4. Способ абсолютных разниц в факторном анализе.
5. Показатели использования трудовых ресурсов в компании.
6. Приемы с способы анализа объемов производства и реализации продукции.
7. Анализ использования основных производственных фондов.*)*
8. Анализ использования производственной мощности предприятия.
9. Показатели использования материальных ресурсов.
10. Анализ полной себестоимости продукции.
11. Этапы проведения анализа Методы оценки экономического состояния организации.
12. Анализ результатов хозяйственной деятельности предприятия.
13. Графический и алгебраический способ определения точки безубыточности.
14. Анализ внешней среды предприятия.
15. Анализ качества и конкурентоспособности продукции.
16. Анализ объемов производства и качества продукции.
17. Анализ основных производственных фондов предприятия.
18. Анализ материальных ресурсов.
19. Анализ движения трудовых ресурсов.
20. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов
21. Анализ себестоимости продукции.
22. Анализ удельной себестоимости продукции
23. Анализ имущественного потенциала компании.
24. Методика горизонтального и вертикального анализа баланса
25. Финансовый и операционный циклы компании.
26. Коэффициентный анализ ликвидности предприятия.
27. Коэффициентный анализ финансовой устойчивости.
28. Определение типа финансовой устойчивости на основе анализа обеспеченности запасов организации источниками финансирования.
29. Коэффициентный анализ деловой активности организации.
30. Коэффициентный анализ показателей рентабельности предприятия.

Задания 2 типа.

1. Согласны ли вы с утверждением, что анализ в системе управления является связующим звеном с управляющей системой и управляемой. Обоснуйте ответ?
2. Как вы считаете при анализе прибыли от реализации продукции какой необходимо применить факторный анализ детерминированный или стохастический?
3. Верно ли что, стохастический факторный анализ представляет собой анализ, при котором связь результата с фактором носит вероятностный характер?
4. Согласны ли вы с утверждением, что в честная методика конкретизируют общую относительно определенных отраслей экономики? Приведите примеры.
5. Верно ли утверждение, что методика экономического анализа основывается на диалектическом подходе?
6. Согласны ли вы с утверждением что существует две методики экономического анализа? Перечислите их?
7. Верно ли утверждение что увеличение валовой продукции приведет к увеличению фондоотдачи?
8. Согласны ли вы с утверждением что увлечение производительности труда приведет к снижению фондоотдачи. Поясните ответ.
9. Согласны ли в с утверждением что коэффициент износа и годности в сумме равны единицу? Поясните ответ.
10. Верно ли утверждение, что увеличение коэффициента износа, положительно сказывается на производстве продукции и положительно характеризует предприятие?
11. В текущем году темп ввода новых основных средств на предприятии превысил темп выбытия изношенных основных средств. Как это отразится на коэффициенте износа и годности основных средств?
12. Компания закупила новое оборудование, в результате объем произведенной продукции в стоимостном выражении увеличился на 8% при увеличении среднегодовой стоимости основных средств на 16%. Как изменилась фондоотдача на предприятии? Оправдана ли замена оборудования?
13. Согласны ли вы с утверждением, что Материалоотдача и материалоёмкость взаимосвязаны между собой? Поясните ответ.
14. Согласны ли вы что материальные ресурсы это часть оборотных активов предприятия?
15. Верно ли утверждение, что увлечение себестоимости приведет к увеличению прибыли. Поясните это на примере модели прибыли от реализации продукции.
16. Верно ли утверждение, что косвенные затраты на единицу продукцию носят постоянный характер?
17. Верно ли утверждение что прибыль в точке безубыточности равняется постоянным затратам?

18. Согласны ли вы, что преодолевая точку безубыточности предприятие получает прибыль в размере удельного маржинального дохода.

19. Согласны ли вы что в точке безубыточности маржинальная прибыль равняется затратам переменным? Поясните ответ на примере.

20. Производительность труда на предприятии за исследуемый период повысилась на 5 % по сравнению с плановым показателем, средняя заработная плата увеличилась на 3,9 %. Экономия или перерасход планового фонда заработной платы имел место в текущем периоде?

21. Верно ли утверждение, что на фонд рабочего времени влияют численность рабочих, количество отработанных дней одним рабочим и продолжительность смены?

22. Объем произведенной продукции предприятия в текущем периоде увеличился на 20%, при этом затраты трудовых ресурсов увеличились на 15 %. Как изменилась производительность труда и трудоемкость производства продукции на предприятии?

23. Согласны ли вы с утверждением что увеличение прибыли приведет к увеличению рентабельности? Поясните ответ на примере рентабельности активов

24. Как вы считаете влияет ли цена изменение рентабельности предприятия? Поясните ответ.

25. Верно ли утверждение что вся чистая прибыль публичной компании в обязательном порядке идет на выплату дивидендов?

Задание 1.

Используя данные таблицы, рассчитайте объем производства отчетного периода в ценах базисного года и рассчитайте темпы прироста.

Изделие	**Прошлый год**			**Отчетный год**			**Объем производства отчетного периода в ценах базисного периода**		
	К-во, шт.	**Цена, руб.**	**Сумма, Тыс.р.**	**К-во, шт.**	**Цена, руб.**	**Сумма, тыс.р.**	**К-во, шт.**	**Цена, руб.**	**Сумма, тыс.р.**
А	110	10		150	16				
Б	130	12		180	18				
С	160	14		240	20				
Итого	-	-		-	-		-	-	

Задание 2.

Используя приведенные данные, нейтрализуйте влияние структурного фактора и определите темп прироста производства продукции без учета его влияния. Постройте диаграммы структуры продукции.

Вид продукции	**Цена за единицу тыс. руб.**	**Объем производства в шт.**		**Удельный вес**	
		20х1г	**20х2г**	**20х1г**	**20х2г**
iPhone	25	12000	13000		

Samsung	22	6000	10000		
Итого	-				

Задание 3.

Задача.На основании данных, приведенных в таблице, провести анализ состояния и движения основных средств:**Исходные данные для задачи**

Наличие на начало года	Поступило в отчетном году		Выбыло в отчетном году		Наличие на конец года	Наличие на 1 января следующего года по остаточной стоимости
	всего	в том числе новых основных средств	всего	в том числе ликвидировано		
10 580	3360	2 500	2 230	180		8880

Определить:

- коэффициент поступления;
- коэффициент обновления;
- коэффициент выбытия;
- коэффициент износа;
- коэффициент годности.

На основании проведенного коэффициентного анализа сформулировать выводы и полученные данные свести в таблицу.

Показатели состояния и движения основных средств

Показатель	Значение		
	базисный год	отчетный год	абсолютное изменение
Коэффициент поступления			
Коэффициент обновления			
Коэффициент выбытия			
Коэффициент износа			
Коэффициент годности			

Задание 4.

Задача.На основании исходных данных, приведенных в таблице определить показатели эффективности использования основных фондов, абсолютное изменение показателей и темп их роста. Сформулировать выводы.

Исходные данные для задачи

Показатели	Базисный год	Отчетный год
1.Объем выпуска продукции, тыс. руб.	58 000	64 000
2.Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, тыс. руб.	36 000	42 000

3.Среднесписочная численность персонала, чел.	1 800	1 650
4.Прибыль от реализации продукции	14000	16000

Показатели состояния и движения основных средств

Показатель	Значение		
	базисный год	отчетный год	абсолютное изменение
Фондоотдача			
Фондоемкость			
Фондорентабльность			
Фондовооруженность			

Задание 5.

На основании данных таблицы 7.5 провести анализ себестоимости продукции, используя модель y=(a*b)+c. По результатам анализа сделайте обоснованные выводы.

Исходные данные

Прямые расходы на заработную плату	Базисный год	Отчетный год	Отклонение
Объём производства, ус.ед.	80000	87000	
Переменные затраты, тыс.руб.	960	1305	
Постоянные затраты , тыс.руб.	450	530	
Полная себестоимость	1410	1835	

Задание 6.

На основе таблицы с исходной информацией выберите структуру производства и реализации продукции с целью получения наибольшей суммы маржинального дохода и прибыли. Расчеты обобщить в таблице. Постоянные затраты в расчете на год для обоих вариантов составляют 70 тыс. руб. Выручка от реализации для первого варианта 260 тыс. руб., а для второго – 280 тыс. руб

Исходная информация

Изделия	Цена, руб.	Перем. расходы на единицу, руб.	Структура продаж, %	
			Вариант 1	Вариант 2
А	8	5	30	55
Б	12	7	20	35
В	20	14	50	0
Г	16	8	0	10

Задание 7.

Определите оптимальный объем продаж, если цена изделия 5 тыс. руб., а

переменные затраты составляют 3 тыс. руб. на единицу. Зависимость объема производства и постоянных затрат характеризуется следующими данными.

Исходные данные

Объем производства, шт.	Постоянные затраты, тыс. руб.	Точка безубыточности, шт.	МД, руб.	Прибыль, руб.
0 – 5000	10 000			
5001 – 10 000	15 000			
10 001 – 15 000	20 000			
15 001 – 20 000	25 000			
20 001 – 25 000	35 000			

Задание 8.

Определите критический и фактический объемы продаж, зону безопасности, сумму маржинального дохода и прибыли. Как изменится критический объем продаж и сумма прибыли, если за счет повышения качества данного вида продукции переменные затраты возрастут на 2%, а цена – на 5%? Расчеты обобщить в таблице.

Расчет критического объема продаж и суммы прибыли

Показатели	20X2	20X3	Изменения (+, -)
1	**2**	**3**	**4**
Исходные данные			
1. Цена изделия, руб.	10 000		
2. Переменные затраты на ед., руб.	7000		
3. Затраты постоянные, тыс. руб.	450		
4. Объем продаж, шт.	500		
Расчетные данные			
5. Фактический объем продаж, тыс. руб.			
6. Маржинальный доход, тыс. руб.			
7. Удельный маржинальный доход			
8. Критический объем продаж, тыс. руб.			
9. Зона безопасности, тыс. руб.			
10. Прибыль, тыс.руб.			

Задание 9.

ОАО «Грант» производит продукт с переменным затратами в 7д.е. на единицу продукции. Рассчитайте цену продажи единицы продукта, если постоянные затраты равны 63.000д.е. в год, а компания хочет достичь безубыточности при объеме продаж в 12.000единиц.

Задание 10.

ООО «РАВ» производит и продает продукт, переменные затраты на который составляют 30д.е. и который продается за 40д.е. Предусмотренные бюджетом затраты составляют 70.000д.е., о предусмотренный бюджетом объем продаж 8.000едениц. Рассчитайте точку безубыточности и предел безопасности.

Задание 10.

На основании данных таблицы проанализировать структуру имущества организации за отчетный период и определить абсолютное и относительное изменение показателей, структуру средств и ее изменение. Сформулировать выводы об имущественном положении организации.

Показатели	На начало периода	На конец периода
1. Внеоборотные активы:		
Нематериальные активы	333	1 391
Основные средства	94 165	90 955
Долгосрочные финансовые вложения	15	15
2. Оборотные активы:		
Запасы	90 738	140 472
НДС по приобретенным ценностям	35	126
Дебиторская задолженность краткосрочная	17 608	2 039
Краткосрочные финансовые вложения	0	131
Денежные средства	4 255	20 739
Баланс	**207 149**	**2558**

Задание 11

На основании данных таблицы проанализировать состояние и структуру источников формирования имущества организации за отчетный период, определить:

- абсолютное изменение показателей;
- структуру средств и ее изменение;
- темп роста показателей.

Сформулировать выводы.**Показатели**	**На начало года**	**На конец года**
3. Капитал и резервы:		
Уставный капитал	89 658	89 658
Добавочный капитал	27 478	26 838
Резервный капитал	2 030	2 030
Фонд социальной сферы	8 169	7 538
Целевые финансирования и поступления	9	9
Нераспределенная прибыль прошлых лет	6 579	0
Нераспределенная прибыль отчетного года	0	13 725
4. Долгосрочные обязательства:		
Заемные средства	14 343	17 553
5 Краткосрочные обязательства:		
Заемные средства	3 041	3 201
Кредиторская задолженность	55 842	95 316
Баланс	**207 149**	**2558**

Задание 12

На основании таблицы проанализировать состояние и движение собственного капитала организации, сформулировать выводы.

Показатели	Сумма, тыс. руб.		
	остаток на начало года	поступило	использовано
Уставный капитал	350	70	-
Добавочный капитал	20 590	1 245	-
Резервный капитал	1 367	518	285
Фонды социальной сферы	80 995	2 560	3 840
Целевые финансирования и поступления	2 520	8 920	1 680
Нераспределенная прибыль	340	2 562	1 050

Типовой тест.

Документ финансовой отчетности, отражающий имущество и источники формирования имущества организации – это …

а) отчет об изменении капитала

б) отчет о прибылях и убытках

в) отчет о движении денежных средств

г) бухгалтерский баланс

1. Основным источником информации при проведении анализа являются данные …

а) финансовой отчетности

б) бухгалтерского учета

в) актов ревизий и проверок

г) статистической отчетности

2. Структуру средств организации и их источников изучают с помощью …

а) вертикального анализа

б) горизонтального анализа

в) трендового анализа

г) факторного анализа

3. Все имущество организации отражается в …

а) активе бухгалтерского баланса

б) пассиве бухгалтерского баланса

в) отчете об изменениях капитала

г) справке о забалансовых счетах

4. Величина собственного оборотного капитала равна:

а) Собственный капитал + Долгосрочные обязательства – внеоборотные активы

б) оборотные активы

в) долгосрочные обязательства + краткосрочные обязательства +

оборотные активы

5. Источниками финансирования внеоборотных активов должен быть:
а) долгосрочный собственный и заемный капитал
б) заемный капитал
в) долгосрочные обязательства

6. Увеличение внеоборотных активов говорит о:
а) развитии организации
б) сокращении потенциала предприятия.

7. Рост доли внеоборотных активов общей величине активов в скорее всего приведет:
а) к замедлению оборачиваемости всех активов
б) к увеличению оборачиваемости всех активов

8. Нематериальные активы и основные средства в форме №5 приводятся:
а) по первоначальной стоимости
б) по остаточной стоимости
в) по ликвидационной стоимости
г) вообще не приводятся

9. Большому удельному весу внеоборотных активов в составе имущества организации должен соответствовать …
а) большой удельный вес долгосрочных источников финансирования
б) малый удельный вес долгосрочных источников финансирования
в) большой удельный вес собственного капитала в составе совокупных пассивов
г) малый удельный вес собственного капитала в составе совокупных пассивов

10.Стоимость имущества организации характеризуют статьи баланса: …
а) внеоборотные активы + оборотные активы
б) внеоборотные активы
в) собственный капитал + краткосрочные обязательства
г) основные средства + нематериальные активы

11.В состав внеоборотных активов входят …
а) основные средства
б) денежные средства
в) долгосрочные финансовые вложения
г) краткосрочные финансовые вложения

12. К оборотным активам относятся
а) нематериальные активы

б) дебиторская задолженность
в) денежные средства
г) долгосрочные финансовые вложения

13.Коэффициент абсолютной ликвидности показывает возможность погашения организацией в ближайшее время …
а) краткосрочных обязательств
б) общей величины обязательств
в) долгосрочных обязательств

14.К медленно реализуемым активам относятся …
а) запасы + НДС по приобретенным товарам
б) внеоборотные активы
в) краткосрочная дебиторская задолженность
г) уставный капитал

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Налоги и налогообложение»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....3

III. Тематический план.....7

IV. Содержание дисциплины.....8

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....8

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....12

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....13

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Налоги и налогообложение» составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 N 963.

Изучение дисциплины «Налоги и налогообложение»:

- ориентировано на получение обучающимися знаний о взаимосвязи процессов развития государства и налогообложения, изучение и применение норм законодательства, регулирующих налогообложение физических и юридических лиц;
- является исходной теоретической и практической базой для получения знаний по другим дисциплинам в области расчета налогооблагаемой базы имущества, расчетов с бюджетами, получения показателей экономической деятельности организаций.

Дисциплина формирует систему толкования и право применения налогового законодательства при исчислении налогов для получения знаний и умений в осуществлении профессиональной деятельности в области экономики и финансов, а также развивает базовые практические навыки и умения, позволяющих студентам рассчитывать налоговые базы по всем налогам налоговой системы государства.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 «*Торговое дело*» и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре

Цель и задачи дисциплины.

Цель дисциплины «Налоги и налогообложение» –формирование у студентов базовой системы знаний в области экономики и финансов.

Задачи изучения дисциплины:

- раскрытие сущности налогообложения и его взаимосвязи с социально-экономическим развитием государства;
- изучение законодательной базы, регулирующей налоговые правоотношения и исчисление налогов;
- ознакомление с методами расчета налоговых баз;
- формирование базовых навыков самостоятельной работы студентов при исчислении налогов налоговой системы Российской Федерации.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	1.2. Осуществляет поиск, сбор и анализ информации необходимой для решения профессиональных задач по управлению торгово-экономическими системами	Источники информации необходимой для решения профессиональных задач в области налогообложения хозяйствующего субъекта	Осуществляет поиск, сбор информации необходимой для решения профессиональных задач в области налогообложения хозяйствующего субъекта	Анализа информации необходимой для решения профессиональных задач в области налогообложения хозяйствующего субъекта	Контактная работа: Лекции Практикум оп решению задач Самостоятельная работа
		1.3. Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	Положения налогового законодательства, которые непосредственно влияют на деятельность хозяйствующего субъекта в зависимости от вида профессио-	Соотносить положения налогового законодательства, которые непосредственно влияют на деятельность хозяйствующего субъекта и вида	Применения положения налогового законодательства в зависимости от вида профессиональной деятельности хозяйствующего субъекта такие как выбор организационно правовой	

			нальной деятельности.	профессиональной деятельности.	формы выбор режима налогообложения и другие задачи.	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Теоретические и правовые основы налогообложения.	2		4							11	Тест/15 баллов
Тема 2. Методология налогообложения.	2		4							10	Тест/15 баллов
Тема 3. Налогообложение физических и лиц.	4		8							14	Практикум по решению задач /25 баллов
Тема 4. Косвенные налоги	4		**8**							14	Практикум по решению задач /25 баллов
Тема 5. Специальные режимы налогообложения.	3		**6**							14	Практикум по решению задач /20 баллов
Всего:	**15**		**30**							**63**	**100**
Контроль, час	**36**										**Экзамен**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Теоретические и правовые основы налогообложения.

Взаимосвязь социально-экономического развития государства и налогообложения. История развития налогообложения. Налоговые теории. Налоговая система России. Участники налоговых отношений.

Бюджетная система РФ. Налоговое бремя. Налоговый кодекс Российской Федерации: структура, причины создания, изменения. Связь налогового права с другими отраслями права. Налоговый учет в налоговых органах. Идентификационный номер налогоплательщика (ИНН).

Тема 2. Методология налогообложения.

Понятие, функции и признаки налога. Отличие налога от сбора, пошлины, платы, взноса. Структура налога: субъект, объект, налоговая ставка, налоговая база, налоговый период, порядок уплаты налога, сроки уплаты налога. Информационное обеспечение формирования налоговой базы. Методы налогообложения: пропорциональный, прогрессивный, регрессивный.

Тема 3. Налогообложение физических лиц.

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ). Налог на имущество физических лиц. Земельный налог. Транспортный налог. Объект и субъект налогообложения. Виды доходов физических лиц. Облагаемые и необлагаемые доходы. Налоговые ставки. Сроки уплаты налога. Расчет налоговой базы. Налоговые вычеты, механизм их предоставления. Налоговые формы: 1-НДФЛ, 2-НДФЛ, 3-НДФЛ, 4-НДФЛ, их составление.

Тема 4. Косвенные налоги.

Прямое и косвенное налогообложение в налоговой системе России. Экономическая сущность НДС, акциза. Элементы НДС. Налоговые ставки НДС: общие и расчетные. Особенности применения налоговых ставок акциза. Счет-фактура, требования к ее составлению. Налоговые регистры учета косвенных налогов. Освобождение от НДС. Возмещение НДС, акциза. Применение методов определения даты доходов: кассового и начисления.

Тема 5. Специальные режимы налогообложения.

Упрощенная система налогообложения. Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог). Система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции. Патентная система налогообложения. Особенности формирования и расчета налоговых баз. Проблемы применения специальных налоговых режимов.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО

ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Налоги и налогообложение» используются такие виды учебной работы, как лекции, практические занятия, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

Методические указания для обучающихся по проведению лекционных занятий.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикума по решению задач.

Практикум по решению задач является продолжением лекционных занятий и выполняется в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Порядок проведения практикума.

1. Сформулировать цель выполнения задания.
2. Использовать изученные алгоритмы решения.
3. Разработать план решения задачи.
4. Использовать нормы законодательства.
5. Сопоставить с имеющимся изученным материалом.
6. Произвести вычисления.
7. Оценить выполненное задание.

Требования к оформлению результатов практикума.

Результаты должны быть представлены в виде расчета (документа) в письменном виде или в виде налогового регистра.

Методические указания для обучающихся по выполнению тестовых заданий

Тестовые задания выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Целью выполнения тестовых заданий является закрепление теоретических и практических навыков, полученных на лекциях и в ходе практических занятий.

Тестовые задания, выполняемые обучающимися, состоят из набора вопросов предметной области. Каждый вопрос должен иметь *хотя бы один правильный ответ и хотя бы один неправильный.*

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, формирование практических навыков в области налогообложения.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Под конспектом понимается вторичное создание источников в свернутой и сжатой форме и подразумевается объединение выписок и важных тезисов из обрабатываемого материала. Запись конспекта должна характеризоваться систематичностью, логичностью и связностью. При конспектировании надо тщательно перерабатывать предоставленную информацию, при этом поможет повторное чтение и анализ, при котором можно разделить текст на несколько частей, отделив все ненужное. В конспекте должны быть выделены главные мысли – тезисы. В роли тезиса могут быть выбраны понятия, категории, определения, законы и их формулировки, факты и события, доказательства и многое другое.

Вся предоставленная информация должна быть пересказана в связной форме. Для начала следует составить план конспекта, в соответствии с вопросами которого и следует писать конспект. На каждый вопрос плана должна отвечать определенная часть написанного текста. Главная задача обучающегося при конспектировании – правильно осмыслить, а потом четко и логично записать все необходимое.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию,

монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при прочитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Налоги и налогообложение» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы само стоят. работы**	**Форма текущего контроля**
1	**2**	**4**	**6**
Тема 1. Теоретические и правовые основы налогообложения.	История развития налогообложения в России. Основные концепции налоговых теорий. Бюджетная система России. Участники налоговых отношений. Права и обязанности участников налоговых правоотношений. Налоговый учет в налоговых органах.	Работа с литературой Самостоятельное изучение	Опрос. Тест
Тема 2. Методология налогообложения.	Понятие, функции и признаки налога. Отличие налога от сбора, пошлины, платы, взноса. Методы налогообложения: пропорциональный, прогрессивный, регрессивный.	Работа с литературой Самостоятельное изучение	Опрос. Тест

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы само стоят. работы	Форма текущего контроля
1	2	4	6
Тема 3. Налогообложение физических лиц.	Налог на доходы физических лиц (НДФЛ). Налог на имущество физических лиц. Земельный налог. Транспортный налог. Объект и субъект налогообложения. Виды доходов физических лиц. Облагаемые и необлагаемые доходы. Налоговые ставки. Сроки уплаты налога. Расчет налоговой базы.	Налоговые формы: 1-НДФЛ, 2-НДФЛ, 3-НДФЛ, 4-НДФЛ, их составление. Работа с литературой Самостоятельное изучение	Отчет по практикуму
Тема 4 Косвенные налоги. .	Прямое и косвенное налогообложение в налоговой системе России. Экономическая сущность НДС, акциза. Элементы НДС. Налоговые ставки НДС: общие и расчетные. Особенности применения налоговых ставок акциза. Счет-фактура, требования к ее составлению. Налоговые регистры учета косвенных налогов. Освобождение от НДС. Возмещение НДС, акциза. Применение методов определения даты доходов: кассового и начисления.	Работа с литературой Самостоятельное изучение	Отчет по практикуму
Тема 5. Специальные режимы налогообложения.	Система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции. Патентная система налогообложения. Проблемы применения специальных налоговых режимов.	Работа с литературой Самостоятельное изучение Написание реферата.	Отчет по практикуму

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Бондарева Н.А. Налоги и налогообложение: учеб.пособие / Н.А.Бондарева. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2018 год

Дополнительная литература:

1. Волкова Г. А. Налоги и налогообложение: учебное пособие / Г. А. Волкова, Г. Б. Поляк, Л. А. Крамаренко, М. Е. Косов, Л. С.Коваль. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2015. – 631с. – режим доступа http://biblioclub.ru
2. Налоги и налогообложение: учебное пособие / под ред. Д.Г.Черника. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2015. – 370с. – режим доступа http://biblioclub.ru
3. Налоги и налогообложение: учебное пособие / под ред. И.А. Майбуров. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2015. – 487с. – режим доступа http://biblioclub.ru
4. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение: учебник. –3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2014. – 378с.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Федеральная налоговая служба	www.nalog.ru
2.	Министерство финансов Российской Федерации	www.minfin.ru
3.	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»	http://biblioclub.ru
4.	Электронная библиотека академии	http://biblio.ru
5.	Библиотека Либертариума	http://www.libertarium.ru/libertarium/library
6.	Российское образование. Федеральный портал	http://www.edu.ru
7.	Универсальная энциклопедия Кирилла и Мефодия	http://megabook.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации,
- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

п/п	**Наименование оценочного средства**	**Шкала и критерии оценки, балл**
1	Тест	«Зачтено» «10-15» - работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, качественно и творчески, «6-9» - работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с соблюдением технологической последовательности, при анализе отдельных моментов допущены небольшие отклонения; общий вид разделов отчета аккуратный, «4-5» - работа выполнена в заданное время, самостоятельно, с нарушением технологической последовательности, отдельные моменты не соответствуют нормативной базе или текущей ситуации; «Не зачтено» «0-3» – обучающийся самостоятельно не справился с работой, технологическая последовательность нарушена, при выполнении допущены грубые ошибки, отчет не оформлен, оформлен небрежно и имеет незавершенный вид,
2	Практикум по решению задач	«Зачтено» «20-25» - задача решена без ошибок за отведенное время; «10-19» - задача решена без ошибок, но за более длительное время или в срок, но с ошибками в расчетах; «5-9» - задача решена с ошибками, но ход решения верный, за более длительное время; «Не зачтено» «0-5» – задача не решена.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые тестовые задания:

1. Признаки юридического характера, которые обосновывают взимание соответствующего налога:
   1) предмет налога,
   2) объект налогообложения,
   3) налоговая база,
   4) налоговый период.
2. Под налогом понимается:
   1) коллективно без эквивалентный платеж,
   2) индивидуально безвозмездный платеж,
   3) индивидуально возмездный платеж,
   4) коллективно возмездный платеж.
3. Известны следующие способы исчисления налогов:
   1) административный, у источника, декларационный,
   2) кумулятивный, некумулятивный, смешанный
   3) затратный и валовой,
   4) наличный и безналичный.
4. При прогрессивном методе налогообложения:
   1) для каждого плательщика установлена равная сумма налога,
   2) для каждого плательщика установлена равная ставка налога,
   3) с ростом налоговой базы средняя и предельная налоговые ставки возрастают,
   4) с ростом налоговой базы средняя и предельная налоговые ставки снижаются.
5. Налоговый оклад – это:
   1) сумма заработной платы, включая налог на доходы физических лиц,
   2) сумма заработной платы без налога на доходы физических лиц,
   3) сумма, вносимая плательщиком в определенный бюджет по одному налогу,
   4) сумма, вносимая плательщиком в определенный бюджет по всем налогам.

6. Монопольное право государства на производство и (или) реализацию определенных товаров – это _____.
7. Период времени применительно к отдельным налогам, по окончании которого определяется налоговая база и исчисляется сумма налога, подлежащая уплате – это _____- .
8. Главным органом оперативного управления налоговой системы в РФ является _____.
9. Один из первых источников доходов – доходы, полученные от эксплуатации (передачи) исключительного права государства заниматься определенными видами деятельности или иметь определенные права, именуются _____

10.Расположите данные, представленные в левой колонке, соответственно их характеристике, приведенной в правой колонке.

1. налоговые резиденты	А. физические лица, находящиеся в РФ не более 183 дней в течение 12 последовательных месяца
2. налоговые резиденты	Б. организация, созданная в соответствии с законодательством иностранного государства
3. налоговые нерезиденты	В. организация, созданная в соответствии с законодательством РФ
4. налоговые нерезиденты	Г. физические лица, находящиеся в РФ не менее 183 дней в течение 12 последовательных месяца

11. Расположите данные, представленные в левой колонке, соответственно их характеристике, приведенной в правой колонке:

1. налоговая стратегия	А. курс государства, направленный на решение задач конкретного этапа развития общества путем своевременного изменения порядка и условий налогообложения
2. налоговая тактика	Б. долговременный курс государства в области налогов, рассчитанный на перспективу и предусматривающий решение крупномасштабных задач, определенных экономической и социальной стратегией

Типовые задания к практикумам по решению задач

1. Задача по исчислению НДФЛ.

Налогоплательщик – налоговый резидент Российской Федерации. Разведен, имеет двоих несовершеннолетних детей.

В течение налогового периода получил следующие доходы:

- заработная плата – 33 000 руб. в месяц.
- материальная помощь поквартально составила – 3 000 р.
- приз в конкурсе – 60 000 руб.
- получен 1 апреля беспроцентный заем в организации в размере 40 000 руб. сроком на 1 год.
- за выполненную авторскую работу получил 800 $ США, документов, подтверждающих расходы, не представил.
- от продажи комнаты, находящейся в собственности 4 года, получил 1 200 000 руб.
- заплатил за лечение сына 52 000 руб. Документы прилагаются.

Ставка реф. ЦБ РФ 8 %, курс 75 руб. за долл.

Рассчитать налогообложение физического лица.

2. Задача по исчислению НДС.

Учетной политикой ООО «Электрон» предусмотрен оопределение-выручки от реализации продукции по оплате.

В налоговом периоде отгружено готовой продукции на сумму 8 660 000 руб.

В налоговом периоде поступило от потребителей на расчетный счет за ранее отгруженную продукцию 5 400 000 руб.

Материальные затраты, связанные с производственной деятельностью, без учета НДС по ставке 10% составили в отчетном периоде 2 200 000 руб.; в счетах-фактурах выделен.

Приобретено основных фондов на сумму 694 000 руб. с учетом НДС по ставке 20%, в счетах - фактурах выделен.

Приобретено материалов на сумму 745 000 руб. без учета НДС по ставке 20 %; в счетах-фактурах не выделен.

Передано в муниципальную собственность имущество на сумму 552 000 руб.

Рассчитать НДС, подлежащий уплате в бюджет.

3. Задача по исчислению налога на прибыль.

1. Торговая организация «Альфа» рассчитывается с бюджетом авансовыми платежами по налогу на прибыль. В июле получена прибыль в размере 4 280 000 руб. Авансовые платежи составили в июле 123 000 руб. Рассчитать доплату налогов в бюджеты РФ.

2. Учетной политикой организации «Барс» в целях налогообложения установлено определение выручки от реализации продукции методом начисления. В отчетном периоде отгружено продукции на сумму23 360 000 руб. с НДС; получен доход от реализации основного средства в сумме 345 100 руб.; на приобретение сырья и материалов производственного назначения израсходовано 4 460 000 руб.; на приобретение технологического топлива и энергии израсходовано 3 830 000 руб.; произведена доплата в уставный фонд 520 000 руб.; выплачено дивидендов акционерам 1 430 000 руб., израсходовано на использование личного автомобиля в производственных целях 4 700 руб.

Рассчитать налог на прибыль организации.

3. Организация реализовала основное средство по цене 725 000 руб. Цена приобретения – 940 000 руб., срок полезного использования – 10 лет. Срок эксплуатации – 3 года. Рассчитать прибыль (убыток) от реализации ОС.

4. Можно ли учесть в представительских расходах затраты по аренде помещения для проведения мероприятий при представительских встречах?

Задача 4

Налогоплательщик Петров А.А., гражданин Украины, прибыл на территорию Российской Федерации 21 декабря 2013 года. Был принят на работу 10 января 2014 года. Убыл на территорию Украины 10 августа 2014

года. Рассчитать налогообложение Петрова А.А. за указанный период.

Порядок расчета рассмотрен в Учебном пособии: Бондарева Н.А. Налоги и налогообложение: учеб.пособие / Н.А.Бондарева. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. – 328 с.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Налоги и налогообложение» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение студентом заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины; Задание №2 – теоретический вопрос, позволяющий оценить степень владения студента принципами предметной области дисциплины (курса), понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №3 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины (курса) и выявление способности студента выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности.	Выполнение студентом заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: 1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40. **90-100 (отлично)–** ответ правильный, логически выстроен, использована философская терминология. Задачи решены правильно. Студент правильно интерпретирует полученный результат. **70 -89 (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, использована философская терминология. Ход решения задач правильный, ответ неверный. Студент в целом правильно интерпретирует полученный результат. **50-69 (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, использована философская терминология. Задача решена частично. **менее 50 баллов (неудовлетворительно)–** ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задачи не решены. .

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

Теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины

1. Система налогового законодательства России.
2. Принципы налогообложения.
3. Функции налогов.
4. Участники налоговых правоотношений.
5. Отличие налога от сбора, взноса, пошлины.
6. Налоговые льготы, их сущность.
7. Налоговый контроль, его виды, цели, задачи.
8. Понятие налоговой базы, методы ее расчета.
9. Понятие и классификация налоговых ставок.
10. Правила исчисления налоговой базы.
11. Обязательные элементы налога.
12. Объект налога на добавленную стоимость.
13. Порядок и сроки уплаты транспортного налога
14. Сущность и размеры вычетов в НДС
15. Механизм применения социальных вычетов по НДФЛ.
16. Механизм применения имущественных вычетов по НДФЛ.
17. Механизм применения профессиональных вычетов.
18. Налоговые ставки по налогу на прибыль организаций.
19. Налоговая база по НДС
20. Отчетные и налоговые периоды по транспортному налогу для организаций.
21. Налоговые ставки налога на прибыль организаций
22. Формирование налоговой базы по налогу на прибыль организаций
23. Элементы патентной системы налогообложения
24. Особенности формирования налоговой базы при применение упрощенной системы налогообложения
25. Акцизы: виды налоговых баз

Задания 2 типа

Теоретический вопрос, позволяющий оценить степень владения студента принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними

1. Верно ли что первый законодательный налог был закреплён в налоговой системе РФ в 1990 году?
2. Верно ли что при осуществлении взаимоотношений в рамках нало-

гового права с возможно взаимодействие налогового и таможенного права?

3. Верно ли что к основным участникам налоговых правоотношений можно отнести государство и налогоплательщиков?
4. Верно ли что органы, устанавливающее и конкретизирующее налоги, в федеративном государстве налоги делятся на прямые и косвенные?
5. Верно ли что лицо, которое несет экономическое бремя налогообложения в конечном итоге, это налоговый агент?
6. Верно ли что под налогом понимается плата за осуществление юридически значимых действий государственными органами?
7. Верно ли что обязательным элементом налогообложения при установлении налога является налоговая льгота?
8. Верно ли что пеня за каждый день просрочки определяется в процентах от неуплаченной суммы налога или сбора?
9. Верно ли что законодательство РФ о налогах и сборах состоит из НК РФ и принятых в соответствии с ним федеральных законов о налогах и сборах?
10. Верно ли что региональными признаются налоги и сборы, устанавливаемые НК РФ и законами субъектов РФ, вводимые в действие в соответствии с НК РФ законами субъектов РФ и обязательные к уплате на территориях соответствующих субъектов РФ?
11. Верно ли что стоимостная, физическая или иная характеристика объекта обложения — это налоговая база?
12. Верно ли что лица являются взаимозависимыми если отношения между ними могут повлиять на условия сделки и результаты налогообложения?
13. Верно ли что налогоплательщиками налога на доходы физических лиц признаются физические лица, являющиеся налоговыми резидентами РФ, а также не являющиеся налоговыми резидентами РФ?
14. Верно ли что налоговыми резидентами по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) признаются физические лица, фактически находящиеся в РФ не менее 183 календарных дней в течение 12 следующих подряд месяцев?
15. Верно ли что социальные налоговые вычеты предоставляются по окончании налогового периода на основании письменного заявления налогоплательщика при подаче налоговой декларации в налоговый орган?
16. Верно ли что налоговые вычеты по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ) вправе использовать только налоговые резиденты РФ?
17. Верно ли что налогоплательщик может вернуть из бюджета часть суммы налога на доходы физических лиц (НДФЛ), связанную с расходами на свое обучение или обучение детей, посредством стандартного налогового вычета?
18. Верно ли что при безвозмездной передаче товаров (работ, услуг) налог на добавленную стоимость платит сторона, их передающая?

19. Верно ли что налоговой базой по НДС признается стоимость товаров, работ, услуг?
20. Верно ли что организации и индивидуальные предприниматели, перешедшие на упрощенную систему налогообложения не являются плательщиками НДС за исключением НДС Перемещения товаров через границу РФ?
21. Верно ли что расходы, связанные с производством и (или) реализацией, в налоговом учете подразделяются на материальные расходы, расходы на оплату труда, суммы начисленной амортизации и прочие?
22. Верно ли что к внереализационным расходам относятся расходы в виде процентов по долговым обязательствам любого вида?
23. Верно ли что налогоплательщиками по упрощенной системе налогообложения (УСН) признаются только ИП?
24. Верно ли что применение патентной системы налогообложения (ПСН) возможно для таких субъектов малого предпринимательства, как индивидуальные предприниматели?
25. Верно ли что объектом налогообложения по единому сельскохозяйственному налогу (ЕСХН) признают доходы, уменьшенные на расходы?

Задания 3 типа

Задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности студента выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности

1. Решите задачу.
   Гражданин Украины Петровский А.А., не женат, являлся налоговым нерезидентом с 1 января налогового периода, получал заработную плату в размере 30 000 руб.
   Рассчитать налогообложение Петровского А.А. на 31 июля этого налогового периода.

2. Решите задачу.
   Организация за налоговый период получила прибыль в сумме 120 000 000 руб. Авансовые платежи по налогу на прибыль составили 15 000 000 руб.
   Рассчитать доплату налога на прибыль в федеральный бюджет.

3. Организация в 2013 году получила убыток в сумме 13 000 000 руб. В 2014 г. – получила прибыль в сумме 4 000 000 руб. В 2015 г. – прибыль 7 000 000 руб. В 2016 г. – прибыль 3 000 000 руб.
   Рассчитать погашение убытков прошлых лет.

4. Решите задачу.
   Организация реализовала основное средство с первоначальной стоимостью 70 000 руб., сроком полезного использования 10 лет, сроком эксплуатации 9 лет - за 10 000 руб.
   Рассчитать прибыль (убыток) от реализации ОС.

5. Решите задачу.
   Домом владеют муж и жена в общей совместной собственности. Инвентаризационная стоимость дома – 250 тыс. руб.
   Рассчитать налог на имущество физических лиц.

6. Решите задачу.
   Организация получила выручку за июнь 870 000 руб., за июль – 1 030 000 руб., за август – 450 000 руб.
   Будет ли являться организация плательщиком НДС с февраля?

7. Решите задачу.
   Гражданка Суворова А.А. владеет квартирой, площадь которой составляет 56 кв. Кадастровая стоимость недвижимости – 4 млн.руб.
   Рассчитать налоговую базу и размер налога на имущество к уплате гражданкой Суворовой А.А.

8. Решите задачу.
   В I квартале организация приобрела сырья на сумму 2 000 000 руб. для изготовления детской обуви. За квартал изготовлено 3 000 пар по 900 руб. Реализована вся продукция.
   Рассчитать сумму НДС к уплате в бюджет.

9. Во II квартале организация приобрела сырья для изготовления макаронных изделий на сумму 4 500 000 руб. За квартал изготовлено и

реализовано 100 000 упаковок продукции по 60 рублей. Реализована вся продукция.

Рассчитать сумму НДС к уплате в бюджет

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг и социальные сети»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4

III. Тематический план.....6

IV. Содержание дисциплины.....7

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....8

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....14

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**Ошибка! Закладка не определена.**

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг и социальные сети» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Изучение дисциплины «Интернет-маркетинг и социальные сети» ориентировано на получение обучающимися знаний, навыков и компетенций, необходимых для организации эффективной деятельности, а также продвижения компаний и продуктов в Интернете.

Программа курса охватывает широкий круг теоретических вопросов. Изучение дисциплины позволяет не только освоить теоретические аспекты связанные с дисциплиной «Интернет-маркетинг и социальные сети» в рамках современной рыночной системы, но и раскрыть потенциальные возможности и приемы в практической деятельности в условиях цифровизации экономики.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания, умения применять методы Интернет-маркетинга и продвижения в социальных сетях в практической деятельности.
- использовать инструменты лидогенерации и SEO – оптимизации.
- сформировать знания, умения и практический опыт выбора среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации;
- Решать не стандартные задачи при взаимодействии с участниками рынка маркетинговых коммуникаций.
- Сформировать знания, умения и практический опыт имеет работы с со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования.
- формирование уровня знаний, умений, практического опыта, опыта деятельности в рамках программы подготовки кадров к Цифровой Экономике, построенных на основе Программы «Цифровая экономика России».

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.3** Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	основные средства и инструменты продвижения и продаж цифрового маркетинга	делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации	работы с интернет-ресурсами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования	Контактная работа: Лекции Семинар Доклад-презентация Тестирование Аналитическое задание Реферат Самостоятельная работа
Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	**ПК-2**	**ПК-2.2** Анализирует и оценивает возможность применения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	инструменты лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии, направленные на решение профессиональных задач и обеспечение конкурентоспособности	проводить стратегический анализ и оценку возможностей применения маркетинговых инструментов в сети Интернет	методами анализа сбора и обработки информации эффективности результатов деятельности компании в Интернет, навыками сбора необходимой информации для	

					расширения внешних связей и обмена опытом	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Цифровой маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организации.	3	6								19	**ПА: тестирование / 10** ТКУ: Доклад-презентация/10
Тема 2. Интернет как торговая среда электронного рынка	3					6				20	**ПА: тестирование / 10** ТКУ: Аналитическое задание №1/10
Тема 3. Проведение маркетинговых исследований в Интернет	3					6				20	**ПА: тестирование / 10** ТКУ: Аналитическое задание №2/10
Тема 4. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет	3					6				20	**ПА: тестирование / 10** ТКУ: Аналитическое задание №3/10
Тема 5. Оценка эффективности мероприятий Интернет-маркетинг и социальные сетиа	3	**6**								20	**ПА: тестирование / 10** ТКУ:Реферат/ 10
Всего:	**15**	**12**				**18**				**99**	**100**
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Цифровой маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организации.

Цели, задачи и современные направления развития цифрового-маркетинга. Интеграция элементов Интернет-маркетинг и социальные сетиа в Интернет-торговле. Маркетинг Web3.0 и Web4.0.

Тема 2. Интернет как торговая среда электронного рынка.

Субъекты маркетинговой деятельности на электронном рынке. Особенностями цифрового-маркетинга. Виды и структура веб-сайтов. Основными этапами продвижения сайта. Процесс управления маркетингом на электронном рынке**.** Социальные сети как современная среда электронного рынка. Принципы создания сайта с помощью конструкторов на готовых движках Битрикс 24 и Tilda. Принципы внедрения на сайт GTM. Принципы настройки Google AdWords и анализ данных через Google Аналитикс. Принципы настройки Yandex Direct и анализ данных через Яндекс Метрику.

Тема 3. Проведение маркетинговых исследований в Интернет.

Организация маркетинговых исследований в интернете. Преимущества маркетинговых исследований в интернете. Современные технологии для проведения маркетинговых исследований в интернете. Методы проведения онлайн-опросов. Интернет-сервисы для проведения маркетинговых исследований. Возможности Яндекс Взгляд и Google Формы при проведении маркетинговых исследований. Использование соцсетей для продления маркетинговых исследований.

Тема 4. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет.

Интернет как элемент маркетинговых коммуникаций. Корпоративный сайт как средство маркетинговой коммуникации. Методы продвижения товаров и услуг в Интернете. Поисковая оптимизация и продвижение сайта. Инновационные способы продвижения товаров. Привлечение и удержание клиентов в сети Интернет. Способы настройки контекстной рекламы через Yandex Direct. Способы настройки контекстной рекламы через Google AdWords. Оптимизация Интернет-коммуникаций. Поисковый маркетинг SEO для привлечения целевых посетителей. Поисковый маркетинг (SEM). Оптимизация под социальные сети (SMO).

Тема 5. Оценка эффективности мероприятий Интернет-маркетинг и социальные сетиа.

Понятие эффективности мероприятий Интернет-маркетинг и социальные сетиа. Основные показатели эффективности Интернет-маркетинг и социальные сетиа. Аналитический отчет как элемент оценки рекламных кампаний в сети Интернет. Показатели эффективности рекламы в Интернет. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой

оптимизации сайтов. Показатели оценки эффективности PR-работы в социальных сетях. Анализ оценки эффективности Интернет-маркетинг и социальные сетиа в Google Аналитикс. Анализ оценки эффективности Интернет-маркетинг и социальные сетиа в Яндекс Метрике.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, доклады-презентации по изучаемым темам, аналитические отчеты, творческие задания а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учеб-

ной программы. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность на занятии при обсуждении выступлений и докладов других обучающихся.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Порядок проведения семинара:

1) предоставление перечня вопросов, подлежащих рассмотрению на семинаре, а также перечня информационных источников, рекомендуемых для изучения рассматриваемых вопросов;
2) распределение заданий (темы докладов и сообщений);
3) выступление обучающихся по подготовленным темам;
4) обсуждение темы сообщения (дискуссия);
5) подведение итогов семинара и оценивание работы обучающихся как выступавших, так и принимавших участие в дискуссии.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть

суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Для успешной работы над докладом следует выполнить следующее: серьезно отнестись к выбору темы, освоить навыки подбора литературы, методы работы с источниками.

Методические указания для обучающихся для подготовки к выполнению аналитического отчета

Целью подготовки аналитического отчета является проведение анализа факторов, характеризующих определенную ситуацию, составить аналитическую записку, дать оценку этой ситуации. Например, выявить особенности покупательского поведения интернет-сайта или группы в социальной сети, определяющие особенности поведения целевой аудитории, провести оценку маркетингового потенциала различных инструментов продвижения; проанализировать лидогенерацию, конверсию на примере конкретного интернет-магазина или рекламной компании в соцсети; оценить эффективность различных интернет-инструментов продвижения.

Подготовкой аналитического отчета могут заниматься как индивидуально, так и небольшими группами. При выполнении задания следует руководствоваться следующими общими рекомендациями. Для выполнения аналитического отчета необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную; получить исходные данные у преподавателя, либо подобрать исходные данные самостоятельно, используя различные источники информации (по конкретной организации, или планируемому собственному бизнесу). Для выполнения задания может использоваться метод малых групп. Работа в малых группах предполагает решение определенных образовательных задач в рамках небольших групп с последующим обсуждением полученных результатов. Этот метод развивает навыки сотрудничества, достижения компромиссного решения, аналитические способности. Он предусматривает распределение в рамках группы ролей: ведущего (организатор работы группы), секретаря (записывает результаты обсуждения), докладчика (представляет результаты коллективного анализа проблемы). Смысл работы заключается не только в том, чтобы сформулировать решение какой-либо задачи, но и объективно оценить как свою работу, так и результаты работы других. Результаты работы групп оцениваются по выработанной заранее шкале баллов. Для выполнения заданий обучающемуся необходимо: составить алгоритм решения, при выполнении обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса; определить этапы проведения анализа. Выполнение аналитического заданий для подготовки отчета осуществляется в следующей последовательности:

– изучить показатели, характеризующие определенную ситуацию, и формулы для их расчета;
– выявить, какие факторы влияют на величину этих показателей;
– найти числовые значения показателей;
– сделать соответствующие выводы.

Для подготовки аналитического отчета необходимо:

– определить, какой методикой можно воспользоваться, чтобы выполнить задание, изучить эту методику;
– определить, какую информацию необходимо собрать для выполнения задания;
– подготовить исходные данные для их анализа;
– проанализировать собранную информацию, сделать соответствующие выводы;
– дать оценку ситуации;
– разработать рекомендации.

Выполненный аналитический отчет должен быть представлен в виде презентации. При подготовке презентации используется брендированный шаблон презентации Академии. Работа должна быть оформлена соответствующим образом:

- титульный слайд (с указанием дисциплины, вида задания «творческое задание», темы, фамилии студента и преподавателя);
- содержание, или краткий план, выполняемой работы;
- введение (актуальность);
- основная часть (разработанные материалы);
- заключение (выводы);
- библиографический список, ссылки на Интернет-ресурсы.

Обычно презентация содержит около 20 слайдов. Текст на слайдах должен быть читаемым. Слайд не должен содержать только текс. При подготовке презентации следует применять схематичное изложение: использовать рисунки, схемы, диаграммы, графики и рисунки. Презентация должна быть выполнена в деловом стиле.

Подготовка к защите заключается в оформлении электронной брендированной презентации аналитического отчета, а также подготовке выступления, отражающего цели и задачи работы, основное содержание выполненной работы, полученные результаты, наиболее сильные стороны выполненной работы. Продолжительность выступления – не более 15 минут.

Защита аналитического отчета предполагает выступление группы, выполнявшей задание перед студентами и преподавателем. После каждого выступления присутствующие на защите участники задают вопросы, чтобы прояснить некоторые моменты, выяснить насколько глубоко проработана тема исследования и насколько эффективно. Каждая работа оценивается: при этом оценку своей работы получает каждый участник группы, учитывается выступление на защите, наконец, оценивается вся работа в целом.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 1. Цифровой маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организации	Законодательство регулирующие деятельность цифрового маркетинга РФ. Основные тенденции развития Интернета (электронного рынка) в России	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к докладу - презентации, подготовка тестированию	Подготовка к рассказу доклада-презентации Подготовка к выполнению тестового задания
Тема 2. Интернет как торговая среда электронного рынка	Современные торговые площадки в «Интернете». Рынок мобильных приложений его особенности.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к тестированию, подготовка аналитического отчета	Подготовка к выполнению тестового задания. Подготовка к защите аналитического отчета
Тема 3. Проведение маркетинговых исследований в Интернет	Достоинства и недостатки количественных и качественных методов сбора данных. Наиболее часто применяемые методы анализа данных. Характеристика внутренней и внешней информации. Первичная и вторичная информация – их роль в маркетинговых исследованиях. Источники стандартизированной маркетинговой информации.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к тестированию, подготовка аналитического отчета	Подготовка к выполнению тестового задания. Подготовка к защите аналитического отчета
Тема 4. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет	Планирование продвижения в Интернет. Ценовые стратегии интернет-маркетинга. Влияние корпоративного сайта на потребителей.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к тестированию, подготовка аналитического отчета	Подготовка к выполнению тестового задания. Подготовка к защите аналитического отчета
Тема 5. Оценка эффективности мероприятий Ин-	Формирование и хранилище баз данных. Поддержание контактов с клиентами.	Работа с литературой, включая ЭБС,	Подготовка к рассказу реферата Подготовка к вы-

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
тернет-маркетинг и социальные сетиа	Работа с данными клиентов. Классификация клиентов по уровню доходности. Оценка значимости покупателей. Оценка пожизненной доходности покупателей. Совокупная ценность покупателей.	Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к реферату, подготовка к тестированию	полнению тестового задания

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Калужский, М.Л. Маркетинг : учебник : [16+] / М.Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991 (дата обращения: 08.11.2020). – ISBN 978-5-4499-1657-0. – DOI 10.23681/598991. – Текст : электронный.
2. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172 (дата обращения: 08.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03478-7. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст : электронный.
2. Электронная торговля : учебник : [16+] / Р.Р. Дыганова, Г.Г. Иванов, В.А. Матосян, Р.Р. Салихова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 150 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600300 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04172-3. – Текст : электронный.
3. Царелашвили, Р.А. Электронная торговля : практическое пособие / Р.А. Царелашвили. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 97 с. – Режим доступа: по подписке. –

URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143082 (дата обращения: 13.11.2020). – ISBN 978-5-504-00519-5. – Текст : электронный.
4. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 258 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр.: с. 254 - 255. – ISBN 978-5-394-03200-4. – Текст : электронный.
5. Чернопятов, А.М. Маркетинг : учебник : [16+] / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 439 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр.: с. 411-414. – ISBN 978-5-4499-0100-2. – DOI 10.23681/564259. – Текст : электронный.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / А.Л. Абаев, В.А. Алексунин, М.Т. Гуриева и др. ; под ред. А.Л. Абаева, В.А. Алексунина, М.Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный.
7. Калужский, М.Л. Практический маркетинг : учебник : [16+] / М.Л. Калужский. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 186 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598989 (дата обращения: 13.11.2020). – ISBN 978-5-4499-1656-3. – DOI 10.23681/598989. – Текст : электронный.
8. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03246-2. – Текст : электронный.

VII. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Российская ассоциация маркетинга	http://www.ram.ru
2.	Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru
3.	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
4.	Маркетолог	http://www.marketolog.ru
5.	Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе	http://www.aup.ru
6.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
7.	Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН	www.isprras.ru
8.	Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения	www.wciom.ru
9.	Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр»	www.levada.ru
10.	Институт научной информации по общественным наукам	http://www.inion.ru/
11.	Российская государственная библиотека// электронный каталог	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
12.	Национальная электронная библиотека	http://www.rusneb.ru
13.	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
14.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Реферат	10-8 – грамотное использование профессиональной терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 7-5 – грамотное использование профессиональной терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы;

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		4-3 – грамотное использование профессиональной терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения. 2-1 использование профессиональной терминологии, неспособность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, отсутствие
2.	Доклад с презентацией	«10-9» – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование коммерческой терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «8-7» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование терминологии дисциплины и изложение проблематики, докладчик частично правильно ответил на вопросы; «6-5» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, докладчик был «привязан» к тексту и испытывал затруднения при ответах на задаваемые вопросы; «4-3» – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование и, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик был «привязан» к тексту, частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «2-1» – некорректное оформление либо отсутствие презентации, докладчик не смог ответить на задаваемые вопросы.
3	Аналитический отчет	Презентация по аналитическому отчету 10-9 – аналитический отчет выполнен верно, презентация представлена ранее установленного срока, выполнена полная визуальная презентация, содержащая основные результаты проведенного анализа, содержащая диаграммы, расчеты, схемы, не имеется критических ошибок в анализе и расчетах. 8-7– аналитический отчет выполнен верно, презентация представлена в срок, имеются ошибки в расчетах и/или выводах, которые не сильно влияют на результат выполненной работы. 6-5- аналитический отчет выполнен в срок, не представлена презентация, и/или презентация содержит концептуальные ошибки, является заимствованный материалом, а не самостоятельно проведенным анали-

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		зом. 4-3 - аналитический отчет не выполнен.
4	Тестовое задание	10-8 – тестирование выполнено верно и в установленный срок, в тесте допущено не более двух ошибок. 7 – тестирование выполнено верно и в установленный срок, в тесте допущено не более трех ошибок. 6 - тестирование выполнено верно и в установленный срок, в тесте допущено четыре ошибки. 5 - тестирование выполнено в установленный срок, в тесте допущено пять ошибок. 4 - тестирование выполнено в установленный срок, в тесте допущено более пяти ошибок. 0 - тестирование не выполнено в установленный срок.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания по теме № 1</u> **«*<u>Цифровой маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организации»</u>***

Тестовое задание по теме № 1

1. Показателем того, что пользователь заинтересовался сайтом является следующее:

а) Несколько пользователей с одного IP-адреса посетили сайт.

б) Пользователь загрузил ресурс, рекламируемый баннером на главной странице.

в) пользователь посетил не только главную страницу, но и некоторые другие.

2. Цифровой-маркетинг подразумевает:

а) Использование всех возможных форм цифровых каналов для продвижения бренда

б) Создание документа, регламентирующего сроки проведения рекламных кампаний

в) Все вышеперечисленное верно

3. К какой категории бизнес-моделей (по классификации М. Раппа) можно отнести поисковые системы?:

а) Посредническая (Brokerage).;

б) Рекламная (Advertising).

в) Информационная (Infomediary).

г) Торговая (Merchant).

4. Целевая аудитория сайта – это?

а) Совокупность ключевых слов и словосочетаний

б) Посетители, на которых непосредственно ориентировано содержание данного интернет-ресурса

в) Потенциальные посетители, которые еще не знают о существовании сайта.

5. Составьте соответствие следующих определений:

B2B-маркетинг	а) набор стратегий, практик и тактик, которые компания использует для продвижения своих продуктов или услуг частным лицам
B2C-маркетинг	б) комплекс действий и процессов, включающих исследование рынка, разработку маркетинговой стратегии, продвижение, анализ данных с целью предоставления продукта и получения выгоды между компаниями.
B2G-маркетинг	в) при проведении экспериментов исследователям нужно внимательно следить за соответствием друг другу экспериментальных и конкретных групп, не оказывать на участников влияния своим присутствием, давать инструкции совершенно единообразным способом и следить за соблюдением всех прочих условий.
C2C-маркетинг	г) рынок, на котором коммерческие фирмы продают товары и оказывают услуги для государства, которое представлено различными организациями.
B2G-маркетинг	д) термин, обозначающий схему электронной торговли конечного потребителя (consumer) с конечным потребителем, при которой покупатель и продавец не являются предпринимателями в юридическом смыле этого слова.

6. Комплекс мероприятий, направленных на защиту информации:

а) Угроза.

б) Правовая защита.

в) Защита информации.

г) Спам.

7. Совокупность ключевых слов и словосочетаний называется_____ :

8. Организация, которая обеспечивает подключение к Интернет, называется:

а) Сервером.

б) Доменом.

в) Провайдером.

9. Структура электронного магазина включает:

а) Службу доставки товаров, склад и отдел снабжения, технический отдел.

б) Склад и отдел снабжения, технический отдел.

в) Только службу доставки товара.

10. Мини-кейс. Предприниматель собирается создать сайт для своего ресторана. Перечислите какие этапы воронки продаж должен будет пройти посетитель данного сайта?

Темы докладов с презентацией

1. Создание рекламной кампании в сети Интернет
2. Специфика мероприятий Интернет маркетинга в России.
3. Электронная коммерция в США.
4. Электронная коммерция в Европе.
5. Электронная коммерция в Китае
6. Электронная коммерция в России
7. Маркетинг Web3.0.
8. Маркетинг Web4.0.
9. Особенности цифровой экономики на современном этапе
10. Цифровой маркетинг

Типовые задания по теме № 2 «Интернет как торговая среда электронного рынка»

Тестовое задание по теме № 2

1. *Перелинковки сайта – это* :

а) Внешние ссылки с чужих сайтов на ваш сайт.

б) Ссылки внутри сайта с одной страницы на другую

в)Ссылки с вашего сайта на внешние сайты

г)Все ответы правильны

2. В поисковой выдаче:

а)Первые места занимает органическая выдача

б)Первые места занимает то, что более релевантно запросу, независимо от того, реклама это или органическая выдача

в)Первые места занимает оплаченная реклама

г)Первые мест распределяются случайно между наиболее релевантной рекламой и органической выдачей

3. В Google AdWords минус-слова с фразовым соответствием:

а)Ваша реклама не показывается по запросам, содержащим все части минус-слова в заданном порядке без дополнительных слов. Однако реклама может появляться, если запрос содержит другие слова

б)Ваша реклама не показывается по запросам, содержащим все части минус-слова в любом порядке. Однако реклама может появляться, если запрос содержит некоторые из частей минус-слова

в)Ваша реклама не показывается по запросам, содержащим все части минус-слова в заданном порядке, даже если в поисковом запросе есть и другие слова

4. Чего нет в структуре аккаунта Google Analytics?

а)аккаунт
б)профиль (представление)
в)ресурс
г)трафик

5. Составьте соответствие следующих определений:

1С-	а) Конкуренты
2С-	б) Потребитель.
3С-	в) Факторы маркетинговой среды.
4С-	г) Каналы распределения
5С-	д) Затраты
6С-	е) Компетенции

6. Комплекс мер, направленных на продвижение продукта в социальных сетях, как правило проведении комплекса мероприятий на чужих площадках (форумах, блогах, сайтах, чатах, новостных ресурсах и др.)

а).SMM
б).SMO
в).SEO

7. Ключевое слово сообщения, тип пометки или тега, используемый в микроблогах и социальных сетях, облегчающий поиск сообщений по теме или содержанию называется _____ :

8.Канал Organic в отчете Google Analytics характеризует:

а)медийную рекламу
б)прямые заходы на сайт
в)переход из социальных сетей
г)переходы их поисковых систем
.

9. Что из перечисленного фиксирует инструмент Вебвизор:

а) клики

б)движения мыши

в)прокрутку страницы

г)все перечисленное

10. Мини-кейс. Рассчитать цену заказа если известно, что CPC=40, CR1=20, было 10 лидов и 4 заказа.

Аналитическое задание №1

Создайте сайт с помощью конструкторов на готовых движках Битрикс 24 и Tilda и установите на него GTM.

Лендинг должен содержать:

- Создание брифа с указанием специфики бизнеса и цели создания сайта;
- Нахождение «изюминки» (УТП) для создания лендинга;
- Создание лендинга под аватар клиента (с учетом потребностей будущих клиентов);
- Разработка структуры (прототипирование): стиль лендинга, блоки, смысл послания, порядок элементов, кнопки призыва;
- Копирайтинг: продающий текст, попадающий в цель;
- Дизайн: определение продающих смыслов для улучшения восприятия текстовой информации, повышения узнаваемости бренда, укрепления позиционирования;

После того как сайт будет готов на него необходимо внедрить систему аналитики код счетчика GTM.

Аналитический отчет должен включать результаты :

- внедрение на сайт через GTM счётчик Яндекс Метрики;
- внедрение на сайт через GTM счётчик Google Аналитикс.

Типовые задания по теме № 3 «Проведение маркетинговых исследований в Интернете»

Тестовое задание по теме № 3

1. Наблюдение, при котором наблюдатель фиксирует с помощью программы «Вебвизор» все виды поведения посетителя на сайте:

а) Неструктурализованое .

б) Стурктурализованное

в) Скрытое

2. Определите последовательность этапов организации проведения качественных маркетинговых исследований:

а) Выдвижение гипотез;

б) Детальное определение проблемы;

в) Получение предварительной реакции потребителей;

г) Предварительное тестирование анкеты.

д) Разработка концепции нового продукта, способов решения проблемы;

3. В количественном маркетинговом исследовании в интренте базовым обычно является:

а) Фокус-группы (чаты)

б) Интернет-панель

в) Онлайн-опросы

г) Email-рассылка

4.Объектами исследования могут быть (перечислите):

а) Посредники;

б) Товар;

в) Конкуренты;

г) Поставщики

5. Составьте соответствие этапов проведения фокус-групп в виде чата:

1-этап «Подготовительный»	а) собственно полевые работы и первичная обработка результатов.
2- этап «Полевые работы»	б) определяет цель, объект и предмет исследования, проводится подготовка исследовательской команды, определяется количество фокус-групп, их размер, степень формализованности, составляется план дискуссии, выбираются темы, их число, а также место проведения.
3- этап «Анализ данных»	в) анализ данных, включающий расшифровку онлайн-переписки, и заканчивается проект написанием отчета и представлением результатов.

6. К достоинствам вторичной информации относят:

а) Высокую скорость получения.

б) Полное соответствие целям исследования.

в) Отсутствие противоречивых данных.

г) Возможное обеспечение конфиденциальности.

7. Бесплатный сервис от компании Google по созданию форм называется _____ :

8. При проведении маркетинговых исследований в современных компаниях чаще всего используют компьютерную программу:

а) Word.

б) Excel.

в) Google Формы.

г) Яндекс Взгляд.

д) Все вышеперечисленное.

.

9. Маркетинговое исследование может ограничиться сбором и обработкой маркетинговой информации?

а) Да

б) Нет

в) В зависимости от ситуации на рынке.

10. Мини-кейс. Когда Вы формируете группу для опроса в чате какие требования Вы предъявите к интервьюеру?

1) Какие методы фиксации ответа Вы используете?

2) Какой тест Вы используете на коммуникабельность?

3) Объясните ли Вы причину опроса? Какую?

4) Имеете ли Вы опыт интервьюера?

5) Знакомы ли Вы с изучаемой проблемой?

6) Какое место для проведения опроса Вы наметили?

Дайте ответы на эти вопросы.

Аналитическое задание №2

Проведение экспресс-маркетингового исследования в интернете. Задание выполняется каждым студентом. Приводится пример того, как провести экспресс-маркетинговое исследование с помощью Google -форм, заполнив таблицу из следующих колонок:

1. Что хочет клиент от рыночного предложения (нужды клиента)
2. Как эти нужды решает мой товар
3. Как эти нужды удовлетворяет конкурент А
4. Как эти нужды удовлетворяет конкурент В
5. Как эти нужды удовлетворяет конкурент N

Таблица заполняется исходя из собственного опыта и информации из открытых источников, официальных сайтов конкурентов, отзывов клиентов и др.

Сделать выводы о текущей рыночной позиции предложения в разрезе каждой характеристики. В заполненной таблице выделить зеленым цветом сильные позиции (то, что является выигрышной стороной предложения), желтым цветом – спорные моменты, в которых нужно искать дополнительные варианты, красным цветом – где мы уступаем конкурентам (чтобы придумать, как можно устранить или нейтрализовать эти недостатки).

Типовые задания по теме № 4 «Маркетинговые коммуникации в сети Интернете»

Тестовое задание по теме № 4

1. Контекстной рекламе на поиске возможна:

а)Оплата за целевое действие

б)Оплата за тысячу показов

в)Оплата за клик

г)Оплата за клик и за тысячу показов

д)Оплата за клик, за тысячу показов, за целевое действие

2. Как называется концепция, позволяющая «полностью погрузить клиента в мир бренда» (аналог концепции 360, концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций, TTL)?:

а) Digital Signage;

б)Market Insights;

в)Эджайл;

г)Омниканальность.

3. Можно ли в контекстной рекламе добавлять в объявления ключевые слова, вызвавшие их показ

а) Можно только в Google AdWords

б) Можно только в Яндекс. Директ

в) Можно в Google AdWords и в Яндекс. Директ

г) Нельзя нигде

4. Правило трех кликов – это

а)1 клик – клик на объявление, 2 клик – оставить контактные данные (конверсия 1), 3 клик – сделать заказ (конверсия 2)

б)1 клик – клик на объявление, 2 клик – провести время на сайте, 3 клик – сделать заказ (конверсия 2)

в)1 клик – чтение объявления, 2 клик – клик на объявление, 3 клик – сделать заказ

5. Составьте соответствие опредений:

1)SMM-это	а) поисковая оптимизация или комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта.
2)SEO-это	б) создание возможностей комментирования и обмена мнениями на сайте компании
3)SMO-	в) комплекс мер, направленных на продвижение продукта в социальных сетях.

6. Комплекс мер, направленных на продвижение продукта в социальных сетях , как правило проведении комплекса мероприятий на чужих площадках (форумах, блогах, сайтах, чатах, новостных ресурсах и др.)

а)SMM

б)SMO

в)SEO

7. Информационный посыл через социальные сети формируется через _____ :

8. Выберите, для какой поведенческой категории пользователей в социальных сетях необходимо вести комъюнити-менеджмент

а)Генерация контента

б)Участие в дискуссиях

в)Пассивные наблюдатели

.

9. Какова максимальная длина видео в Инстаграм?

а)360 сек.

б)120 сек.

в)60 сек.

г)6 сек.

10. Мини-кейс. На аукционе в Google AdWords три рекламодателя. Первый имеет максимальную ставку 2, показатель качества 8, второй - максимальную ставку 3, показатель качества 7, третий - максимальную ставку 1, показатель качества 10. Кто займет первую позицию при показе?

Аналитическое задание №3

Задания для подготовки аналитического отчета. Задания лучше выполнять самостоятельно на примере своего собственного сайта. Для промежуточной аттестации необходимо выполнить все задания.

1. Разработка SEO-продвижения.

   SEO-продвижение включает в себя:

   – Планирование продвижения сайта: определение целей, сроков и результатов;
   – Формирование семантического ядра: ключевые слова, по которым будет осуществляться продвижение, кластеризация запросов по наиболее релевантным запросам;
   – Работа со ссылками: анализ ссылочной структуры продвигаемого сайта и его конкурентов;
   – Улучшение юзабилити и дизайна сайта: анализ кликабельности, продолжительность пребывания на сайте, удобство просмотра с различных гаджетов;
   – Мониторинг действий посетителей сайта через систему GTM: глубина просмотра, отправка событий, топ-5 купленных товаров через мобильные устройства, из какого города чаще всего переходят на сайте.
   – Подготовить презентацию по результатам SEO-продвижения.

2. Разработка SMM-продвижения.

   Подготовка SMM-продвижения включает в себя:

- Определение целей и задач продвижения в соцсетях: рост пользователей, увеличение охвата, увеличение посещаемости группы, рост трафика на сайт и др.;
- Анализ отличий целевых аудиторий в различных соцсетях с учетом специфики бизнеса и продукта;
- Выбор социальных сетей исходя из целевой аудитории и планируемых целей;
- Формирование контент-плана (текстового наполнения): определить период планирования (3-6 месяцев), разработать концепцию, темы, героев с учетом знаковых дат, ключевых праздников, проведение конкурсов.

Типовые задания по теме № 5 «Интегрированные маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения товаров на B2B-рынке»

Тестовое задание по теме № 5

1.К какой модели относится описание «компания B2B платит компании B2C, чтобы последняя предлагала услуги или товары первой своим клиентам»

а)B2G

б)E2E

в)B2B2C

г)C2C

2. Прямой маркетинг это:

а)Устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем

б)Устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей

в) Продажа товаров с помощью электронной почты, телефона, zoom

г)Благожелательное представление товара в СМИ

3. Обратная связь это:

а) Часть откликов покупателей о товаре, которую они доводят до сведения производителя

б) Набор откликов покупателя, возникших в результате контакта с другими покупателями

в) Процесс, в ходе которого получатель придает значение символам, переданным отправителем

г) Информация, которую отправитель передает получателю

4.Какие показатели эффективности не подходят к анализу маркетинговой активности в сфере B2B :

а) CTR ;

б) CR;

в) CPL;

г) ROI

5.Составьте соответствие определений показателей эффективности интернет-рекламы в сфере B2B

1. CPC-	а) отношение кликов к показам.
2. CPM-	б) цена за тысячу показов.
3. CR-	в) показатель конверсии
4. CPL-	г) цена за лид
5. CPA -	д) оплата за действие

6. ***Процент входов и выходов считается относительно:***

а)сайта

б)страницы сайта

в)цели

г)CTA-кнопки

.

7. Самой популярной на сегодняшней день площадкой для видеоконтента является _____ :

8.Жизненным циклом товара называют :

а) срок годности товара

б) время существования товара на рынке

в) время службы товара до первого ремонта

г) время, прошедшее от создания товара до его утилизации.

9. E-mail трекинг это

а) Инструмент который позволяет узнать с какой рекламы приходит заявки

б) Инструмент который позволяет настроить E-mail рассылку

в) Инструмент который позволяет оценить эффективность как онлайн-так и офлайн-каналов

10. Мини-кейс Прежде, чем запускать продвижение, нужно подготовить посадочные и инструменты для отслеживания: откуда пришел клиент. Это позволит в дальнейшем оценивать эффективность каналов и управлять ценой лида. Опишите процедуру создания посадочных инструментов сайта компании, которая работает в сфере B2B.

Темы рефератов по теме 5:

1. E-mail трекинг в B2B маркетинге.
2. A\B-тесты в B2B маркетинге.
3. SMM продвижение в сфере B2B.
4. Особенности продвижения в B2B сфере.
5. B2C и B2B маркетинг
6. SEO-продвижение в сфере B2B

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Интернет-маркетинг и социальные сети» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-50-90 и более (зачет)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-Менее 50 (не зачет)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Дайте классификацию инструментов Интернет-маркетинга.
2. Виды рекламы в интернете
3. Особенности сети интернет.
4. Специфика мероприятий Интернет маркетинга в России..
5. Средства Интернет коммуникации.
6. Интерактивный Интернет маркетинг: приложения и игры, ролики
7. Понятие контекстной рекламы.
8. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании.
9. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.
10. Понятие поискового продвижения сайта.
11. Поисковая оптимизация.
12. Понятие и сущность социальной сети.
13. Интеграция сайта с социальными сетями.
14. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.
15. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
16. Составление прогноза бюджета мероприятий Интернет маркетинга.
17. Понятие эффективности мероприятий Интернет маркетинга.
18. Пост-клик анализ рекламной кампании.
19. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы.
20. Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов
21. Место контекстной рекламы в Интернет маркетинге.
22. Рынок контекстной рекламы.
23. Создание и настройка объявлений в Яндекс Директ, GoogleAdwords.

Задания 2-го типа

1. В чем суть концепции цифрового маркетинга? Обоснуйте ответ.
2. Что главное в Agile маркетинге, на что он опирается, как она связана с цифровым маркетингом? Обоснуйте ответ.
3. Назовите критерии (принципы) сегментации на B2C рынках Обоснуйте ответ.
4. Что такое Look-Alike таргетирование? Обоснуйте ответ.
5. Какие модели монетизации мобильных приложений вы знаете (минимум 4)? Обоснуйте ответ.
6. В чем различие нативных и веб мобильных приложений? Обоснуйте ответ.
7. Назовите основные элементы посадочной страницы. Обоснуйте ответ.
8. Назовите основные этапы создания сайта? Обоснуйте ответ.
9. Как работает поисковая система по сайтам? Обоснуйте ответ.

10. Что такое семантическое ядро сайта и как оно формируется? Обоснуйте ответ.

11. Что такое мета теги и для чего они нужны? Обоснуйте ответ.

12. Какие вы знаете принципы оплаты рекламы в Интернет? Обоснуйте ответ.

13. Как назначаются ставки и проводятся аукционы в Яндекс.Директ и Google AdWords? Обоснуйте ответ.

14. Что такое «ключевые слова» и «минус слова»? Обоснуйте ответ.

15. Назовите последовательность создания рекламной кампании контекстной рекламы. Обоснуйте ответ.

16. Назовите типы писем в e-mail маркетинге Обоснуйте ответ.

17. Откуда берется база данных для рассылок? Обоснуйте ответ.

18. Чем отличается показатель отказов в Яндекс.Метрике и Google Analytics? Обоснуйте ответ.

19. Зачем используется инструмент WebVisor? Обоснуйте ответ.

20. Назовите самые популярные соцсети в России и их отличия. Обоснуйте ответ.

21. Каким образом можно сделать рекламу в аудиозаписях VK? Обоснуйте ответ.

22. С чего начинается рекомендательный маркетинг? Обоснуйте ответ.

23. В чем основная идея провокационного маркетинга? Обоснуйте ответ.

24. Каковы три основных способа продвижения через блогеров? Обоснуйте ответ.

25. Чем отличаются пассивная и активная реклама в AR?. Обоснуйте ответ.

Задания 3-го типа

Задание № 1.

Кто будет победителем аукциона (это объявление система выберет для показа), если первое объявление имеет CTR=3, Bid=10; второе объявление имеет CTR=2, Bid=15; третье объявление имеет CTR=4, Bid=7,5

Задание № 2.

На аукционе в Google AdWords три рекламодателя. Первый имеет максимальную ставку 3, показатель качества 9, второй - максимальную ставку 4, показатель качества 7, третий - максимальную ставку 1, показатель качества 10. Кто займет первую позицию при показе

Задание № 3.

Для рекламы салона красоты «Нежность» на одной из страниц женского интернет-журнала разместили баннер. Через две недели после размещения рекламы была получена информация о том, что рекламу показали 2000 раз, при этом кликнули на нее 440 пользователей. Рассчитайте эффективность размещенной рекламы.

Задание № 4.

Школа английского языка запустила 10 рекламных компаний в разных источниках, результаты которых:

№1 Затраты 26000 Количество Лидов 40

№2 Затраты 30000 Количество Лидов 50

№3 Затраты 100000 Количество Лидов 140

№4 Затраты 70000 Количество Лидов 190

№5 Затраты 69000 Количество Лидов 100

№6 Затраты 36000 Количество Лидов 43

№7 Затраты 30000 Количество Лидов 50

№8 Затраты 120000 Количество Лидов 151

№9 Затраты 75000 Количество Лидов 194

№10 Затраты 67500 Количество Лидов 92

Рассчитайте CPL по каждому источнику.

Задание № 5.

С посадочной страницы туристической компании продается горячие туры, например, туры в Сочи. Целевое действие – заявка. За сутки сайт посетили 544 человека, из них 37 оформили заявку на обратный звонок. Рассчитайте конверсию посадочной страницы сайта туристической компании.

Задание № 6.

Магазин мужской одежды запустил семь рекламных компаний в разных источниках интернета, результаты которых:

№1 Затраты 28900 Количество Лидов 40

№2 Затраты 30120 Количество Лидов 50

№3 Затраты 90000 Количество Лидов 140

№4 Затраты 76040 Количество Лидов 190

№5 Затраты 67112 Количество Лидов 100

Рассчитайте CPL по каждому источнику и общий показатель оплаты за рекламу в интернете.

Задание № 7.

Число показов рекламного объявления в виде баннера = 15421.

Число кликов по объявлению = 185.

Рассчитайте CTR =

По статистике, только 4 % неудовлетворенных потребителей предъявляют претензии. В компанию «Ваш дом» за прошедший год поступило 93 жалобы. Рассчитайте, сколько потребителей недовольны продукцией предприятия.

Задание № 8.

Показатель CTR для баннера составляет 2,11 %. Сколько необходимо осуществить показов баннера, чтобы количество кликов (переходов на сайт) составило 500?

Задание № 9.

Туристическая компания разместила рекламные объявления в виде баннера на тематических сайтах и в социальных сетях.

Число показов рекламного объявления в социальной сети Вконтакте = 800. Число кликов по объявлению = 34.

Число показов рекламного объявления в социальной сети Одноклассники = 620. Число кликов по объявлению = 40.

Число показов рекламного объявления в социальной сети Инстаграм = 720. Число кликов по объявлению = 49.

Число показов рекламного объявления на тематическом сайте о путешествиях tripsecrets.ru = 500.

Число кликов по объявлению = 45.

Рассчитайте CTR (Click-Through Rate) — показатель кликабельности объявлений.

Задание № 10.

Рекламная кампания сайта по оптовой продаже мужской одежды имела следующие данные:

Затраты на продвижение сайта в поисковых системах = 145 500 руб

Количество обращений=398

Рассчитайте цену лид

Задание № 11.Интернет-магазин продаёт смартфоны, планшеты и ноутбуки. Для рекламы каждого вида товара в Директе была создана рекламная кампания. Вот результаты

Рекламная компания	Расход	Заказы	Себестоимость	Прибыль
Футболки	1200	10	532	760
Толстовки	2291	7	1081	1760
Рубашки	1567	5	789	987

Рассчитайте ROI для интернет магазина.

Задание № 12

Страховая компания разместила рекламные объявления в виде баннера на тематических сайтах и в социальных сетях.

Число показов рекламного объявления в социальной сети Вконтакте = 400. Число кликов по объявлению = 32.

Число показов рекламного объявления в социальной сети Одноклассники = 320. Число кликов по объявлению = 21.

Число показов рекламного объявления в социальной сети Инстаграм = 422. Число кликов по объявлению = 29.

Число показов рекламного объявления на тематическом сайте о страховании = 543.

Число кликов по объявлению = 42.

Рассчитайте CTR (Click-Through Rate) — показатель кликабельности объявлений.

Задание № 13

На главной странице одного из новостных сайтов был размещен баннер с рекламой новой модели автомобиля. Согласно информации, полученной от владельцев рекламной площадки, количество показов баннера составило 7000 в неделю, 3600 уникальных пользователей увидели баннер. Рассчитайте частоту показов баннера.

Задание № 14

Предприниматель собирается создать сайт для своего магазина муж-

ской одежды. Перечислите какие этапы воронки продаж должен будет пройти посетитель данного сайта?

Задание № 15

Перед маркетологом компании по продаже бытовой химии стоит задача определения экономической эффективности сайта за апрель. На протяжении рекламной компании сайта в апреле было потрачено 18 тыс. руб. Совокупные затраты на каналы распределения продукции составили 80 тыс. руб. Объем продаж компании в апреле составил 950 тыс. руб., при этом через сайт было продано продукции на 320 тыс. руб. Определите экономическую эффективность сайта.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые коммуникации»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....5

III. Тематический план.....6

IV. Содержание дисциплины 7

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 7

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины 16

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**Ошибка! Закладка не определена.**

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Маркетинговые коммуникации» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Изучение дисциплины «Маркетинговые коммуникации» ориентировано на получение обучающимися знаний о комплексе маркетинговых коммуникаций, его элементами и их взаимосвязью, приобретение базовых знаний и навыков в сфере маркетинга продвижения, ознакомление с рекламой, приемами стимулирования продаж, Public Relations, прямым маркетингом, личными продажами.

Программа курса охватывает широкий круг теоретических вопросов. Изучение дисциплины позволяет не только освоить теоретические аспекты, связанные с комплексом маркетинговых коммуникаций в рамках современной рыночной системы, но и раскрыть потенциальные возможности и приемы маркетинговых коммуникаций в практической деятельности в условиях цифровизации экономики.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания, умения применять методы маркетинговых коммуникаций в практической деятельности.
- использовать инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций в виде брендинга.
- Сформировать знания, умения и практический опыт по теории и практики маркетинговых исследований коммуникаций;
- Научится использовать ATL- и BTL-коммуникации как инструменты интегиррованных маркетинговых коммуникаций;
- Решать не стандартные задачи при взаимодействии с участниками рынка маркетинговых коммуникаций.
- Использовать CRM-системы как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- Сформировать знания, умения и практический опыт имеет работы с интернетом как элементом интегрированных маркетинговых коммуникаций а так же рассчитывать эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций.

- формирование уровня знаний, умений, практического опыта, опыта деятельности в рамках программы подготовки кадров к Цифровой Экономике, построенных на основе Программы «Цифровая экономика России».

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	**ПК-1.3** Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	теоретические основы интегрированных маркетинговых коммуникаций	эффективно использовать прямой маркетинг и интернет-технологии для достижения целей компании	использования методик продвижения товаров и услуг с использованием современных инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций	Контактная работа: Лекции Семинар Доклад-презентация Кейс-задание Расчетное практическое задание Творческое задание Самостоятельная работа
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК-3**	**ПК-3.3** Использует современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	особенности применения современных инструментов маркетинговых коммуникаций продвижения бренда	использовать различные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций в своей практической деятельности при продвижении позиционирования бренда	методики расчета и оценки экономической и коммуникативной эффективности применяемых маркетинговых коммуникаций	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Раздел 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современном мире.	3	1	2	3						20	Доклад-презентация / 5 Кейс-задание / 5 Кейс-задание / 5 Расчетное практическое задание / 5
Тема 2. Исследования в маркетинговых коммуникациях	3	4		2						20	Доклад-презентация / 5 Творческое задание / 10 Кейс-задание / 5
Тема 3. Имидж и репутация как инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций	3			6						20	Творческое задание / 10 Творческое задание / 10
Тема 4. Современные инструменты и методы интегрированных маркетинговых коммуникаций	3			6						20	Творческое задание / 10 Кейс-задание / 5 Кейс-задание / 5
Тема 5. Интегрированные маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения товаров на B2B-рынке	3			6						19	Творческое задание / 10 Творческое задание / 10
Всего:	**15**	**5**	**2**	**23**						**99**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**144**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**4**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современном мире.

Современное понимание и значимость маркетинговых коммуникаций. Модели интегрированных маркетинговых коммуникаций. Эффективность интегрированных маркетинговых коммуникаций. Брендинг как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 2. Исследования в маркетинговых коммуникациях.

Теория и практика маркетинговых исследований коммуникаций. Особенности использования ATL- и BTL-коммуникаций как инструментов интегиррованных маркетинговых коммуникаций. Взаимодействие участников рынка маркетинговых коммуникаций.

Тема 3. Имидж и репутация как инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Роль имиджа в деятельности компании. Управление репутацией компании на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Классификация способов защиты информации. Основные действия по защите информации. Процессы создания и эксплуатации системы информационной безопасности. Типовая модель многорубежной системы защиты информации.

Тема 4. Современные инструменты и методы интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Интернет как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций. CRM-системы как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций. Нетрадиционные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Тема 5. Интегрированные маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения товаров на B2B-рынке.

Прямой маркетинг как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций. Выставка как эффективный инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, доклады-презентации по изучаемым темам, кейсы-ситуации, творческие задания а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение

интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность на занятии при обсуждении выступлений и докладов других обучающихся.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным вы-

ступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Порядок проведения семинара:

1) предоставление перечня вопросов, подлежащих рассмотрению на семинаре, а также перечня информационных источников, рекомендуемых для изучения рассматриваемых вопросов;
2) распределение заданий (темы докладов и сообщений);
3) выступление обучающихся по подготовленным темам;
4) обсуждение темы сообщения (дискуссия);
5) подведение итогов семинара и оценивание работы обучающихся как выступавших, так и принимавших участие в дискуссии.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Доклад – это официальное сообщение, посвященное заданной теме, которое может содержать описание состояния дел в какой-либо сфере деятельности или ситуации; взгляд автора на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

•готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;

•обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;

•план сообщения;

•краткие выводы из всего сказанного;

•список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

•сообщать новую информацию;

•использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;

•дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);

•иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

•название, сообщение основной идеи;

•современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;

•живую интересную форму изложения;

•акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Для успешной работы над докладом следует выполнить следующее: серьезно отнестись к выбору темы, освоить навыки подбора литературы,

методы работы с источниками.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Требования к оформлению результатов практикумов.

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям необходимо акцентировать внимание студентов на детальное изучение методов решения задач и примеров, рассмотренных на лекционных занятиях и нацелить на самостоятельное решение заданий из учебника, приведенных в конце каждой главы учебника.

Порядок проведения практикума.

1. Преподаватель разъясняет приёмы и методы решения на примере типовых задач по изучаемой теме (2-3 задачи).

2. Преподаватель даёт задачи для самостоятельного решения.

3. Преподаватель контролирует решение задач обучающимися в индивидуальном порядке, подсказывает правильные пути решения.

4. По окончании практикума преподаватель подводит итоги, вскрывает типичные ошибки и отмечает отличившихся обучающихся, успешно решивших все задачи.

В ходе выполнения практикума обучающиеся более глубоко усваивают физические законы посредством применения их к конкретным физическим ситуациям и процессам, учатся моделировать физические явления и анализировать полученные результаты.

Методические рекомендации по кейс-ситуаций.

Кейс-ситуация является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в кейс-ситуации, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников.

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

Ситуация – временный срез состояния воображаемой или наблюдаемой в действительности системы, отражающей взаимодействие людей, машин; взаимодействие факторов, обеспечивающих её функционирование

в социальной, производственной, исследовательской и другой среде. При диагностике и анализе абстрактной или реальной ситуации (производственной, управленческой, педагогической, конфликтной) выделяется состав её компонентов, способы их взаимосвязи, взаимодействия, а также их значение для участников ситуации. Для этого необходимо ввести в анализ всё богатство индивидуального и группового опыта и описывать ситуацию как отражение взаимоотношений множества людей, процессов, действий, которые участники считают значимыми. Смысл и ведущая задача этого приёма – формирование способности к самостоятельному многофакторному анализу явления, процесса, того или иного факта. Важно не столько принятое решение само по себе, как определение параметров, по которым принимается решение в рамках ситуации, анализ соответствия предложенного решения особенностям ситуации. Главное, чтобы студенты уяснили сущность проблемы, проанализировали возможные подходы к её решению, определили различные, в том числе, альтернативные способы ее разрешения в конкретных условиях. Наиболее целесообразным считается создание комплекса ситуационных задач, в который входят целевые, аналитические, конструктивные, методические и комплексные задачи. По дидактическому характеру подачи материала в процессе занятия различают ситуации-иллюстрации, ситуации-оценки и ситуации-упражнения. Ситуация-иллюстрация заключает в себе пример из управленческой практики (как позитивный, так и негативный) с акцентом на способ решения хозяйственной ситуации. В чистом виде такого рода ситуации встречаются крайне редко, поскольку приводимый факт, как правило, не может быть оценен с какой-либо одной точки зрения. Ситуация-оценка – описание ситуации и возможное решение в готовом виде, от студентов требуется только оценить, насколько оно правомерно и эффективно. Ситуация-упражнение – конкретный эпизод педагогической или управленческой деятельности препарирован так, чтобы его решение требовало каких-либо стандартных действий (например, применения того или иного воздействия, использования нормативных документов, заполнения таблиц, пр.). По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю..

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно

активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Реферат

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Интегрированные маркетинговые коммуникации в современном мире	Маркетинг как система Коммуникационная модель маркетинга. Концепция интегрированной маркетинговой коммуникации (ИМК).	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к докладу - презентации, подготовка кейс-заданию Подготовка к расчетному заданию	Подготовка к рассказу доклада-презентации Подготовка к выполнению кейс-задания Подготовка к решению расчётного задания
Тема 2. Теория и практика маркетинговых исследований коммуникаций	Источники маркетинговой информации. Общая характеристика количественных и качественных методов сбора данных.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к докладу - презентации, подготовка творческому заданию	Подготовка к рассказу доклада-презентации. Подготовка к докладу-презентации Подготовка к выполнению творческого задания
Тема 3. Имидж и репутация как инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций	Роль имиджа в деятельности торгового предприятия. Структура имиджа торгового предприятия	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка творческому заданию	Подготовка к защите творческого задания
Тема 4. Современные инструменты и методы интегрированных маркетинговых коммуникаций	Инновационные методы продвижения. Особенности нетрадиционных инструментов ИМК.	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к творческому заданию, подготовка отчета по	Подготовка к защите творческого задания. Подготовка защиты кейса-ситуации

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
		кейсу-заданию	
Интегрированные маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения товаров на B2B-рынке	Рассмотреть подробнее отличия рынка B2B в коммуникационной и маркетинговой деятельности. Отличия рынка B2B и B2C	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка к творческому заданию	Подготовка к защите творческого задания

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Калужский, М.Л. Маркетинг : учебник : [16+] / М.Л. Калужский. – Изд. 2-е. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598991 (дата обращения: 08.11.2020). – ISBN 978-5-4499-1657-0. – DOI 10.23681/598991. – Текст : электронный.
2. Цахаев, Р.К. Маркетинг : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 550 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172 (дата обращения: 08.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03478-7. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст : электронный.
2. Электронная торговля : учебник : [16+] / Р.Р. Дыганова, Г.Г. Иванов, В.А. Матосян, Р.Р. Салихова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 150 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600300 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04172-3. – Текст : электронный.

3. Царелашвили, Р.А. Электронная торговля : практическое пособие / Р.А. Царелашвили. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 97 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143082 (дата обращения: 13.11.2020). – ISBN 978-5-504-00519-5. – Текст : электронный.
4. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 258 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр.: с. 254 - 255. – ISBN 978-5-394-03200-4. – Текст : электронный.
5. Чернопятов, А.М. Маркетинг : учебник : [16+] / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 439 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр.: с. 411-414. – ISBN 978-5-4499-0100-2. – DOI 10.23681/564259. – Текст : электронный.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / А.Л. Абаев, В.А. Алексунин, М.Т. Гуриева и др. ; под ред. А.Л. Абаева, В.А. Алексунина, М.Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный.
7. Калужский, М.Л. Практический маркетинг : учебник : [16+] / М.Л. Калужский. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 186 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598989 (дата обращения: 13.11.2020). – ISBN 978-5-4499-1656-3. – DOI 10.23681/598989. – Текст : электронный.
8. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03246-2. – Текст : электронный.

VII. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Российская ассоциация маркетинга	http://www.ram.ru
2.	Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru
3.	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
4.	Маркетолог	http://www.marketolog.ru
5.	Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе	http://www.aup.ru
6.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
7.	Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН	www.isprras.ru
8.	Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения	www.wciom.ru
9.	Официальный сайт Аналитического центра Юрия Левады «Левада-центр»	www.levada.ru
10.	Институт научной информации по общественным наукам	http://www.inion.ru/
11.	Российская государственная библиотека// электронный каталог	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
12.	Национальная электронная библиотека	http://www.rusneb.ru
13.	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
14.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Кейс-задание	5 баллов – участники мини- группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 4 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии при-

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		нимали активное участие; 3 баллов – участники мини- группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии принимали не слишком активное 2-1 балла - участники мини- группы, не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии не принимали участие
2.	Творческое задание	Презентация по творческому заданию 8-10 – творческое задание выполнено верно, представлено в срок, представлена полная визуальная презентация по основным результатам выполненного творческого задания. 5-7– творческое задание выполнено верно, представлено в срок, представлено задание, имеющее ошибки, не влияющие на логику и выводы; презентация содержит мало визуального материала (рисунки, диаграммы, схемы и др.). 1-4- творческое задание выполнено в срок, содержит концептуальные ошибки, презентация не выполнена или состоит только из текстовых слайдов, информация полностью заимствована из открытых источников. 0 - практикум не выполнен.
3.	Доклад с презентацией	«5» – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование коммерческой терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «4» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование терминологии дисциплины и изложение проблематики, докладчик частично правильно ответил на вопросы; «3» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, докладчик был «привязан» к тексту и испытывал затруднения при ответах на задаваемые вопросы; «2» – доклад выполнен не в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование и, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик был «привязан» к тексту, частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «1» – некорректноеоформление либо отсутствие презентации, докладчик не смог ответить на задаваемые вопросы.

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
4	Расчет практического задания	Распределение баллов в зависимости от решения количества и сложности задач – от 1 до 4 баллов. Отчет по практикуму 5 – практическое задание выполнено верно в срок, представлен грамотный отчет. 4 – практическое задание выполнено верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 3- практическое задание выполнено в срок и содержит концептуальные ошибки, не все задания решены. 0 - практическое задание не выполнен

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания по теме № 1 «***Интегрированные маркетинговые коммуникации в современном мире»***

Темы докладов с презентацией

1. История развития маркетинговых коммуникаций
2. Специфика маркетинговых коммуникаций на российском рынке.
4. Особенности маркетинговых коммуникаций на зарубежных рынках.
5. Условия эффективной маркетинговой коммуникации
6. Методы интегрированных маркетинговых коммуникаций в современном мире
7. Роль рекламы в продвижении товаров и услуг
8. Современные способы рекламы
9. Модель двухступенчатой коммуникации П. Лазарсфельда
10. Способы маркетинговых коммуникаций на разных этапах жизненного цикла товаров.
11. Диджитал-коммуникации (цифровые коммуникации)
12. Нейромаркетинговые коммуникации.
13. Social media marketing (SMM)

Кейс-задание

Компания «Муж на час» помогает своим клиентам решать хозяйственно-бытовые проблемы и предоставляет услуги мелкого ремонта, сантехника, электрика, уборки помещений. Компания существует с 2007 г. и уже зарекомендовала себя среди клиентов.

В настоящее время услуги компании находится на стадии зрелости. Назовите, какие маркетинговые коммуникации следует использовать компании, и предложите их варианты.

Расчетное задание

Коммерческая фирма «Мебель -АРТ», реализующая мебель на региональном рынке, отмечает снижение объема продаж в одной из товарных категорий в течении последних месяцев.

С целью активизации продаж в этой товарной категории компания планирует заказать и провести рекламную кампанию по продвижению ряда марок из данной товарной категории в течении трех месяцев.

По оценкам рекламного агентства на проведение рекламной кампании потребуется бюджет в сумме 1 308 000 руб. Это сумма инвестиций на продвижение, которыми фирма рискует, поскольку эта сумма может быть потеряна, если рекламная кампа¬ния не сможет обеспечить нужного прироста продаж промотируемых товаров.

Затраты, которые понесла фирма на закупку товаров данной категории, участвующих в рекламной кампании, составили 430 000. рублей , транспортировку 160 000.руб и организацию продаж (выкладку и прочее) 45 000.руб.

До проведения рекламной кампании объем продаж товаров данной категории составлял в среднем 630 000. руб. в месяц.

Планируется, что запуск и реализация рекламной кампании сможет увеличить объем продаж на 15-17 %.

Руководство фирмы считает, что рекламную кампанию можно будет считать эффективной, если :

1)будут достигнуты целевые показатели по росту объемов продаж;

2) рентабельность инвестиций , вложенных в рекламную кампанию составит не менее 15 %.

После проведения рекламной кампании в течении трех месяцев объем продаж фирмы по данной товарной категории соответственно составил: 865 тыс.руб.;844 тыс.руб.;778 тыс. руб. то есть определите среднемесячный оборот:

В течение этого периода не было резких изменений в уровне цен на данную категорию у конкурентов, перебоев со снабжением или дефицитом аналогичных товаров у конкурентов, а также резкого снижения их маркетинговой активности.

Рассчитайте рентабельность инвестиций в кампанию по продвижению данной товарной категории в ООО «Мебель -АРТ».

1) рассчитайте валовую прибыль от продаж:

2) рассчитаем прибыль от рекламной кампании:

3) рассчитаем рентабельность инвестиций в рекламную кампанию

Определите эффективность рекламной компании.

Кейс-задание

«Маркетинговые коммуникации компании Coca-Cola». 1886 г. положил начало необычному успешному бизнесу и истории прохладительного напитка, «покорившего весь мир».

А началось это в Атланте (США). Джон Пембертон сварил в медном тазу сироп, который отнес в аптеку «Джейкоб». С этого и начинается история Coca-Cola. Первое время она продавалась не как прохладительный напиток, а в лечебных целях для снятия усталости. Спрос на разведенный сироп был не очень большой. Вскоре его стали смешивать с газированной водой и предлагать в качестве прохладительного напитка. Первая рекламная кампания, рассчитанная на неделю, прошла под девизом «Пейте Coca-Cola, прекрасную и освежающую!» Для рекламы напитка руководство компании выбрало шоу Дэвида Леттермана, транслируемое по телевидению и имеющее аудиторию 100 тыс. чел. Компания давала рекламу в каждой из четырех следующих друг за другом передач. Кроме того, компания разместила четыре объявления в газете «Jeopardy», совокупный охват целевой аудитории которой составил 3270 тыс. чел., четыре объявления в газете «People Magazine», совокупный охват целевой аудитории которой составил 8620 тыс.чел., и два объявления в газете «U.S.A. Today», совокупный охват целевой аудитории которой составил 1700 тыс.чел. Вторым шагом в популяризации напитка была рассылка купонов, каждый из которых давал право на бесплатную порцию напитка. Принесло компании невиданный успех и производство разнообразных сувениров. Символику компании можно было увидеть везде – от газетных полос до дорожных плакатов. благодаря Олимпийским играм в 1927 г., на которые американская команда привезла 1000 ящиков напитка, Coca-Cola стала постоянным спонсором Олимпийских игр, Мирового чемпионата по хоккею, Кубка ФИФА по футболу, мировых теннисных турниров. Через четыре года шведский художник Супдблом разработал по заказу компании красно-белый костюм Санта-Клауса (до этого он носил шубу и штаны всевозможных расцветок). Чтобы решить проблему с подделками, Coca-Cola изобрела известную по всему миру контурную бутылку. Сегодня успех компании Coca-Cola не вызывает сомнения, а ее коммуникационная политика является примером для многих современных предприятий.

Вопросы для обсуждения кейс-ситуации:

1. Каковы факторы успеха коммуникационной политики бренда Coca-Cola?

2. Какие маркетинговые коммуникации использовал бренд Coca-Cola?

Типовые задания по теме № 2 «Исследования в маркетинговых коммуникациях»

Темы докладов с презентацией

1)Типы маркетинговых исследований для определения проблемы.

2)Виды маркетинговых исследований.

3)Виды информационных систем, используемых для решения маркетинговых задач.

4) Методы сбора информации

5) Способы проведения маркетинговых исследований в интернете.

Творческое задание

Самостоятельно (возможно выполнение мини-группой) воспользоваться инструментами ATL- и BTL-коммуникации и применить их для следующих сфер коммерческой деятельности:

1.Фитнес-клуб;

2.Итальянский ресторан»

3.Аквапарк

Творческое задание:

1. Сформулируйте идею продвижения товаров / услуг.

2. Какие средства ATL и BTL коммуникаций вы считаете целесообразным использовать.

3. Разработайте программу использования одного из инструментов BTL коммуникаций.

Кейс-ситуация

BraveGoodies – российский интернет-проект специализирующийся на десертной продукции. «Брутальные десерты» состоящее из таких оригинальных позиций как, брауни с беконом, соленая карамель, васабикейк, банан чили кейк, ориентированы на мужчин и женщин (возрастные границы сегмента рынка: от 18 до 35 лет). Участники проекта: индивидуальные предприниматели Софья Мадвекс (руководитель проекта) и Антон Садчиков (шеф-повар). 39 Проанализировав рынок, поискав конкурентов, оказалось, что данная ниша совершенно свободна — и в России, и заграницей. Единственная страна, где есть подобное позиционирование, — это Новая Зеландия. Новый проект участвовал в двух мероприятиях — Ресторанный День и Праздник Шоколада — этим удалось отбить первоначальные вложения. Примерная прибыль за два события составила около 40 000 руб. без учета расходов. Проект работает в сегментах B2C и B2B: работает онлайн-доставка, принимается участие в различных мероприятиях, идет сотрудничество с кофейнями и барами, которые закупают продукцию и продают десерты у себя. Выбор узкой ниши с одной стороны является преимуществом, с другой — сложностью. Проект BraveGoodies уникален: у него нет аналогов в Москве и Питере, соответственно нет прямых конкурентов. Но такой вид неординарной продукции настораживает основной контингент людей привыкшие к «консервативной» продукции. По началу Софья и Антон позиционировали свою продукцию как «мужские десерты» но проведя опрос и несколько мероприятий выяснилось что девушки интересуются проектом больше, чем парни. Концепция «сладости для мужчин» заменилась на «брутальные десерты». BraveGoodies только начал набирать реальные обороты. К концу года прогнозируется увеличение оборотов как минимум на 40-50%. Организаторы активно занимаются расширением мест (кафе и баров, продуктовых лавок) в Петербурге и в Москве, где можно попробовать и приобрести данную продукцию. В настоящее время их

партнерами являются шесть мест в Петербурге: три бара, сырная лавка и две кофейни. В ближайшее время планируется обновить меню, внести новые позиции. Как и любой стартап, проект нуждается в инвестициях. Объемы производства значительно растут, поэтому требуется профессиональное оборудование, а также открытие собственного заведения.

Задача – продвижение стартапа в Санкт-Петербурге.

Описание задания и план Работа с кейсом осуществляется в минигруппах по 3-4 человека.

Каждая группа предлагает свои варианты ответов.

1. Определите маркетинговую стратегию стартапа для СанктПетербурга.

2. Представьте детальную характеристику ядра целевой аудитории (ЦА).

3. Разработайте коммуникационную концепцию стартапа.

4.Определите каналы коммуникационных обращений.

Типовые задания по теме № 3 «Имидж и репутация как инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций»

Творческое задание

Самостоятельно (возможно выполнение мини-группой) выбрать компанию которая выходит на рынок и разработать для нее персональную имидживую концепцию. Имидживая концепция должна включать в себя несколько этпаов:

1) прояснение личных приоритетов, формулировка имиджевых целей и имиджевой стратегии;

2) описание имидж-портрета (содержательной характеристики желательного образа);

3) выбор способов, каналов и средств продвижения персонального и профессионального имиджа.

4) личное видение имиджевой символики (навзание, личные числа, предпочитаемые цвета, запахи, дизайн сайта, личная атрибутика, знаки и др.).

5) Разработка мероприятия которое повысит имидж организации.

Творческое задание

Самостоятельно (возможно выполнение мини-группой) выбрать компанию которая уже зарекомендовала себя на рынке и провести анализ ее репутации в социальных сетях и в интернете.

1) провести анализ отзывов в социальной сети «Инстаграм» выделить топ 10 наиболее часто встречающихся негативных отзывов;

2) провести анализ отзывов в социальной сети «Инстаграм» выделить топ 10 наиболее часто встречающихся положительных отзывов;

3) провести анализ отзывов в социальной сети «Вконтакте» выделить топ 10 наиболее часто встречающихся негативных отзывов;

4) провести анализ отзывов в социальной сети «Вконтакте» выделить топ 10 наиболее часто встречающихся положительных отзывов;

5)провести анализ упоминания названия анализируемой организации в интернет СМИ (привести пример 1-2 статьи с упоминанием анализируемой организации)

6) провести анализ отзывов на сайте организации.

На основании этого анализа сделать самостоятельный вывод и предложить свою концепцию повышения имиджа анализируемой организации.

Подготовить презентацию по результатам творческого задания.

Типовые задания по теме № 4 «Современные инструменты и методы интегрированных маркетинговых коммуникаций»

Творческое задание

1)Выберите торговую организацию. Зайдите на ее интернет-сайт. Определите максимально возможное количество видов коммуникации, применяемых для продвижения данного сайта.

2) Планирование продвижения сайта: определите цели, сроки и результаты;

3)С помощью программы wordstat.yandex.ru определите наиболее популярные запросы в поисковой системе Яндекс, связанные с тематикой объекта вашего исследования.

4) Составьте 20 ключевых запросов, которые для объекта вашего исследования будут приоритетными при продвижении в поисковой системе Яндекс.

5)Проведите анализ контекстной рекламы, которую использует объект Вашего исследования, выявите недостатки и предложите свои рекомендации.

6) Проведите анализ юзабилити и дизайна сайта: анализ кликабельности, продолжительность пребывания на сайте, удобство просмотра с различных гаджетов.

Подготовить презентацию по результатам творческого задания.

Кейс-задание

Решаем задачу: снизить число недовольных клиентов

Причина проблемы: невыполнение обещаний из-за потери информации Среди основных причин появления недовольства у клиента на одном из первых мест стоит отсутствие возможности гарантированно передать информацию от одного сотрудника или подразделения компании другому. Простой пример: сотрудник пообещал клиенту, что мастер перезвонит завтра в 15:00, записал на бумажке, бумажка затерялась.

В небольшой компании все на виду, так как сотрудники часто встречаются в офисе, например, за утренним кофе. Всегда можно обсудить работу у общего клиента или напомнить об обещании клиенту или о переданной на днях заявке. В ряде случаев клиенты намеренно выбирают небольшие компании семейного типа именно потому, что тут каждого знают в лицо.

В компаниях покрупнее сотрудники собираются в полном составе только на собраниях или корпоративных праздниках. Не видя друг друга неделями, а зачастую и не зная в лицо, сотрудники, тем не менее, часто

выполняют общие задачи и работают с одними и теми же клиентами. Переданные просьбы перезвонить клиенту, срочно выслать исправленное коммерческое предложение или выставить счет — теряются и не исполняются. Желтые листочки «post-it», приклеенные к монитору добродушным коллегой, принявшим звонок от Вашего клиента, отклеиваются и теряются в куче других бумаг на столе. А зачастую такие бумажные «напоминалки» просто подметает с пола уборщица. Российский пример: сервис-компания по установке и ремонту кондиционеров

Предложите рекомендации по совершенствованию работы организации за счет CRM-системы.

Кейс-задание

Необходимо сделать из нового продукта бренд и предложить неординарное решение для раскрутки новой марки, используя не традиционные подходы коммуникаций.

1)Российское предприятие «***», выпускавшее мясные консервы, закупило линию по производству кормов для животных. Это совершенно новый продукт с уникальными добавками и сбалансированным витаминным комплексом. Марка представлена в четырех категориях: корм для щенков, взрослых собак, для собак старше восьми лет, а также совершенно новый корм – для беременных собак. И еще одно нововведение – корма для пяти наиболее распространенных пород.

2) Российское предприятие «***», выпускавшее различные сорта зернового кофе, решило вывести на рынок свой новый продукт – растворимый кофе с низким содержанием кофеина. Уникальность данного кофе состоит в том, что минимизировано негативное влияние на зубную эмаль.

Типовые задания по теме № 4 «Интегрированные маркетинговые коммуникации как инструменты продвижения товаров на B2B-рынке»

Творческое задание

Выберите торговую организацию и представьте, что вы являетесь ее сотрудником. Задание заключается в том, чтобы подготовить ответы на возможные возражения потенциальных потребителей. В завершении творческого задания студенты по очереди исполняют роли продавца и покупателя. Сделайте соответствующие выводы, подкрепив их рекомендациями.

Творческое задание

Самостоятельно (возможно выполнение мини-группой) выбрать необходимо организацию и подготовить ее для участия в специализированной выставки.

1)Сначала нужно определить основную цель участия в выставки.

2)Выбрать товар для демонстрации на выставки.

3)Определить позиционирование организации на рынке.

4)Определить имидж организации.

5)Определить целевую аудиторию.

6)Предложить организацию рекламной поддержки стенда.

7)Предложить проект выставочного стенда.

Подготовить презентацию по результатам творческого задания.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Маркетинговые коммуникации» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Понятие маркетинговых коммуникаций и модель маркетинговых коммуникаций.
2. Принципы маркетинговых коммуникаций.
3. Процесс реализации маркетинговой коммуникации.
4. Элементы маркетинговых коммуникаций и критерии их отличия.
5. Преимущества и недостатки различных элементов маркетинговых коммуникаций.
6. Специфика маркетинговых коммуникаций российских предприятий.
7. Брендинг как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.
8. Объекты, цели и задачи маркетинговых коммуникаций на раз-

ных этапах жизненного цикла товара.

9. Маркетинговые коммуникации на стадии внедрения и роста.

10. Бюджет маркетинговых коммуникаций и способы его формирования.

11. Маркетинговые коммуникации на стадии зрелости и спада.

12. Влияние маркетинговых коммуникаций на кривую спроса.

13. Особенности маркетинговых коммуникаций на рынке b2b.

14. История возникновения интегрированных маркетинговых коммуникаций.

15. Способы реализации маркетинговых коммуникаций на предприятии.

16. Подходы к определению интегрированных маркетинговых коммуникаций.

17. Особенности использования ATL- и BTL-коммуникаций как инструментов интегиррованных маркетинговых коммуникаций.

18. Роль имиджа в деятельности компании.

19. Управление репутацией компании на основе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

20. CRM-системы как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.

21. Нетрадиционные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.

22. Факторы, препятствующие интеграции маркетинговых коммуникаций.

23. Правила эффективной интеграции

24. Прямой маркетинг как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.

25. Выставка как как инструмент интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Задания 2-го типа

1. К преимуществам интегрированных маркетинговых коммуникаций можно отнести? Обоснуйте ответ.

2. Что не относится к прямым коммуникациям? Обоснуйте ответ.

3. Какие факторы могут препятствовать внедрению интегрированных маркетинговых коммуникаций? Обоснуйте ответ.

4. Какие факторы способствуют внедрению интегрированных маркетинговых коммуникаций? Обоснуйте ответ.

5. Какие существуют источники ошибок при получении обратной связи в процессе маркетинговой коммуникации? Обоснуйте ответ.

6. Какие существуют отличия межу рекламой и PR? Обоснуйте ответ.

7. Что можно отнести к преимуществам рекламы? Обоснуйте ответ.

8. Что можно отнести к преимуществам PR? Обоснуйте ответ.

9. Что может выступать обратной связью в процессе маркетинговых коммуникаций? Обоснуйте ответ.

10. Что не относится к каналам прямого маркетинга? Обоснуйте ответ.

11. Какие отличия у ATL- и BTL-коммуникации? Обоснуйте ответ.
12. Что можно отнести к ATL- коммуникации? Обоснуйте ответ.
13. Что можно отнести к BTL - коммуникации? Обоснуйте ответ.
14. Какие этапы в себя включают маркетинговые коммуникации? Обоснуйте ответ.
15. Какие существуют особенности выбора типа целевых аудиторий в Интернете?. Обоснуйте ответ.
16. Какие существуют формы продаж в Интернете?. Обоснуйте ответ.
17. Какие существуют виды рекламных носителей в Интернете?. Обоснуйте ответ.
18. Как отзывы влияют на имидж организации? Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете. Обоснуйте ответ.
19. Какие цели у социальных сетей в лидогенерации. Обоснуйте ответ.
20. Какие существуют способы управления мнением сообществ в социальных сетях. Обоснуйте ответ.
21. Какие существуют способы автоматизации работы с клиентом? Обоснуйте ответ.
22. Какие задачи стоит перед CRM-маркетингом?
23. В чем заключается отличие между понятием «холодный звонок» и «теплый звонок»? Обоснуйте ответ.
24. Какие обязательные элементы должен содержать сценарий телефонного разговора, если вы намерены привлечь внимание клиента? Обоснуйте ответ.
25. Какая основные виды выставок существуют? в чем их различия? Обоснуйте ответ.

Задания 3-го типа

Задание № 1.

Что необходимо предпринять предпринимателю который выходит на рынок в период экономической стагнации для повышение его экономической эффективности? .

На первом этаже магазина расположены продукты питания: хлеб, мясо, рыба, молоко, овощи-фрукты, кулинария. Второй этаж универмаг: ткани, парфюмерия, женская и мужская одежда, обувь.

Магазин функционирует в ситуации экономической стагнации и падении покупательской активности.

Предложите план мероприятий по продвижению нового магазина с применением ATL- и BTL-коммуникации. Мероприятия распределите в соответствии с инстурментами ATL- и BTL-коммуникации.

Задание № 2.

Разработайте комплекс интегрированнннных маркетинговых коммуникаций для сети салонов сотовой связи на всех этапах жизненного цикла.

Задание № 3.

Руководство спортивного магазина решило разместить рекламу в виде баннера на тематической странице. Согласно информации, полученной от владельцев рекламной площадки, количество показов баннера составило 9000 в неделю, 3900 уникальных пользователей увидели баннер.

Рассчитайте частоту показов баннера.

Задание № 4.

Предложите вариант продвижения товара из оптового магазина, где продаются полотенца, постельное белье (т. е. домашний текстиль), бытовая химия своего производства, но нераскрученной торговой марки. Целевой аудиторией магазина являются владельцы, заведующие мелких розничных магазинов, владельцы киосков.

Задание № 5.

Необходимо сделать из нового продукта бренд и предложить неординарное решение для раскрутки новой марки, используя интегрированный подход.

Российское предприятие «***», выпускавшее чай, расфасованный в пачки, выпускает на рынок новую марку чая. Особенность состоит в том, что чай данной марки представлен в нескольких категориях: обычный чай в пакетиках, чай для детей, чай для пожилых людей и очень крепкий чай в пакетиках для «чайных» гурманов. Данная марка предназначена для среднеценового сегмента.

Задание № 6.

Выберете наиболее подходящий вид маркетинговых коммуникаций к следующим ситуациям на рынке. Аргументируйте свой ответ. Какие мероприятия в рамках выбранного вида маркетинговых коммуникаций Вы считаете необходимо использовать?

Ситуация на рынке	Вид маркетинговой коммуникации
Строительная компания выиграла несколько тендеров, но возможности компании не позволяют ей должным образом выполнить все заказы.	
Экономический кризис практически не отразился на рынке кондитерских товаров. Уровень существующего спроса устраивает большинство игроков на рынке.	
Спрос на билеты в кино значительно увеличивается в выходные дни.	

Задание № 7.

Для рекламы салона красоты Beauty на одной из страниц женского интернет-журнала разместили баннер. Через две недели после размещения рекламы была получена информация о том, что рекламу показали 1800 раз, при этом кликнули на нее 460 пользователей. Рассчитайте эффективность размещенной рекламы.

Задание № 8.

Бюджет на размещение контекстной рекламы по запросу «мужской спортивный костюм» составил 2550 долларов в месяц. На рекламной объявление кликнуло 1302 человек. Рассчитайте стоимость одного клика.

Задание № 9.

С посадочной страницы туристической компании продается горячие туры, например, туры в Сочи. Целевое действие – заявка. За сутки сайт посетили 544 человека, из них 37 оформили заявку на обратный звонок. Рассчитайте конверсию посадочной страницы сайта туристической компании.

Задание № 10.

Показатель CTR для баннера составляет 2,11 %. Сколько необходимо осуществить показов баннера, чтобы количество кликов (переходов на сайт) составило 500?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины
Психология управления

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. Аннотация к дисциплине 3

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 5

3. Тематический план 7

4. Содержание дисциплины 9

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ... 10

7. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 18

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Психология управления» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.02.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от № 963 от 12.08.2020.

Изучение дисциплины «Психология управления» ориентировано на получение обучающимися знаний о базовых понятиях и теоретических представлениях социологии и психологии управления, как междисциплинарной отрасли научного знания. Данная дисциплина, помогает понять и решить проблемы, возникающие в сфере управленческого общения и взаимодействия людей, оказывая помощь менеджерам в построении процесса управления с учетом понимания психологических механизмов социальных процессов, тем самым, повышая эффективность работы организации. Кроме того, Психология управления, развивает ряд практических навыков и умений, позволяющих студентам понимать, а впоследствии и принимать, высокоэффективные управленческие решения с учетом социальной составляющей управленческих процессов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в базовую часть учебных планов по программам подготовки бакалавров по направлению *38.02.06 Торговое дело* в вариативную часть Блока 1 как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Психология управления» является формирование у обучающихся устойчивой системы знаний о социальных и психологических аспектах управленческой деятельности, специфике управления в различных ситуациях и различными социальными группами, психологических особенностях субъекта и объекта управления. Знания основаны на ранее изученных дисциплинах: поведение потребителей, управление ассортиментом, управление продажами, клиентоориентированность. Освоение дисциплины поможет лучше понимать такие дисциплины, как: деловые коммуникации, стратегический менеджмент, психология маркетинга и рекламы в торговле, маркетинговые коммуникации, управление человеческими ресурсами.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических основ управленческой деятельности с

учетом прикладных задач;

- формирование представление об особенностях психологического сопровождения управления;
- приобретение навыков социально-психологического анализа управленческой реальности, описания социально-психологических характеристик и особенностей поведения, владение навыками управленческих воздействий;
- приобретение теоретических и практических навыков поведения в условиях конфликтных ситуаций.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины вносит существенный вклад в Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовател. деятельности**
			Выпускник должен знать	**Выпускник должен уметь**	**Выпускник должен иметь практический опыт**	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	ПК-1.1 Использует инструменты и методы управления коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедряет современные технологии продаж	основные теории и концепции управления людьми, включая вопросы мотивации, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами с целью повышения экономической эффективности в осуществлении коммерческой и торгово-технологической деятельности	разрабатывать сценарии работы с клиентами с учетом специфики решения конкретных задач; ставить цели и анализировать ограничения при принятии управленческих решений	использования психологического подхода к анализу проблем управления людьми с целью улучшения управления людьми и повышения продаж	Контактная работа: Лекции Самостоят. работа
		ПК-1.4 Анализирует и оценивает	основные теоретические	выделять типологии людей и	постановки целей и анализа	

		ресурсный потенциал в целях управления торгово-экономическими системами	подходы в управлении персоналом и построении стратегии развития организации; методологию, технологию и условия принятия управленческих решений; принципы командообразования и развития лидерского потенциала	анализировать их поведение на разных уровня управения; применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности человеческих ресурсов; использовать психологические методы управлении людьми, командами и организациями	ограничений при принятии управленческих решений с учетом психологической составляющей; использования системного подхода к управлению торгово-экономическими системами (людьми, командами, организацями)	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очное											
Тема 1. Основные понятия психологии управления	2	2								4	Дискуссия/ 10
Тема 2. Методы управления и регулирования управленческих отношений	4	2								4	Дискуссия / 10
Тема 3. Социальные организации и социальные институты	2			2						4	Ситуационный практикум / 5 баллов
Тема 4. Управленческая деятельность	2			2						4	Ситуационный практикум / 5
Тема 5. Управление коммуникациями	2	2		2						4	Дискуссия / 10 Ситуационный практикум / 5 Тест / 10
Тема 6. Социальная группа и особенности управления групповыми процессами	2			2						4	Ситуационный практикум / 5 Тест / 10
Тема 7. Социальные управленческие решения	2			2						4	Ситуационный практикум / 5
Тема 8. Управление социальными конфликтами и конфликтными	3	2	1							6	Дискуссия / 10 Ситуационный практикум / 5

ситуациями											Тест / 10
Всего:	**19**	**8**	**1**	**10**						**34**	**100**
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основные понятия психологии управления

Объект, субъект и предмет социологии и психологии управления. Место социологии и психологии управления в системе наук. Принципы социологии и психологии управления. Становление и развитие теории социального управления. Эволюция парадигм к управлению в XX веке от «человеческого материала» к «самоценной личности». Управленческие парадигмы: технократическая, адаптивная, организационно-культурная. Основные школы управления. Психологические аспекты в теории научной организации труда и теории человеческих отношений. Психологическая сторона административной школы управления. Управленческие роли: руководитель, администратор, организатор, управленец.

Тема 2. Методы управления и регулирования управленческих отношений

Анализ как метод социального управления. Контент-анализ. Анализ управленческой ситуации и среды. Прикладные методы социологии и психологии управления. Метод экстраполяции. Экспертные методы. Метод моделирования. Метод социального проектирования. Управленческое консультирование. Методы социально-психологического воздействия. Методы управления и регулирования социальных отношений в организациях.

Тема 3. Социальные организации и социальные институты

Социальная организация как предмет социологии и психологии управления. Сущность социально организации. Формальные и неформальные организации. Структура социальной организации. Социальные институты управления. Институты государственного управления. Социальное управление в системе институтов менеджмента.

Тема 4. **Управленческая деятельность**

Сущность, структура и функции управленческой деятельности. Алгоритм социального управления. Модели управления. Руководство, лидерство, авторитет. Типология руководителей. Способность руководителя к управленческой деятельности. Управленческие знания, управленческие умения, управленческие навыки. Законы Паркинсона.

Тема 5. Управление социальными коммуникациями

Управленческое общение: характеристика, цели, формы, приемы аттракции. Структура общения, вербальная и невербальная коммуникация. Механизмы делового общения, коммуникативные стратегии. Коммуникативная компетентность руководителя особенности грамотной передачи информации, ораторские умения успешного

руководителя. Средства психологического влияния. Убеждение, внушение, заражение, подражание, просьба, принуждение, манипуляция. Сущность и методы манипулирования.

Тема 6. Социальная группа и особенности управления групповыми процессами

Понятие группа, виды, структура. Социальная роль и сущность малых групп. Групповые эффекты, групповая динамика, групповая сплоченность и ее виды, виды и особенности психологической совместимости сотрудников, коалиции и микрогруппы в коллективе, методы диагностики и управления групповыми процессами. Методика выявления лидеров в малых группах. Понятие команды и командообразования. Психологический климат группы. Противоречивость характера воздействия группы на личность. Факторы, влияющие на эффективность деятельности группы. Значение психологической совместимости членов группы, каналов коммуникаций и стиля лидерства для эффективности деятельности группы. Проблема передачи части функций управления членам группы как фактор повышения эффективности ее деятельности. Массовое поведение и проблема социального управления.

Тема 7. Управленческие решения

Сущность и разновидности социального управленческого решения. Основные требования к социальным управленческим решениям. Процесс выработки и реализации социального управленческого решения. Основные стили принятия управленческих решений. Методы измерения исполнения и диапазона руководства. Модели поведения руководителя в процессе принятия решения и правила выбора эффективной модели.

Тема 8. Управление социальными конфликтами и конфликтными ситуациями

Классификация социальных конфликтов. Сущность виды и структура социального конфликта. Конфликты на производстве. Динамика конфликта, «застревание» в конфликте как предпосылка перерастание конфликта в кризис. Типичные ошибки конфликтного поведения. Конфликты в управлении. Возможности управления конфликтом. Руководитель как непосредственный участник конфликта и как посредник. Применение административных мер и психологических подходов при разрешении конфликта. Типы реагирования на конфликтную ситуацию. Бесконфликтные переговоры в профессиональной деятельности.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины Психология управления используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практические занятия, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций обучающемуся рекомендуется вести конспект, что позволит ему впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Целесообразно записывать не только выводы, которые делает преподаватель в ходе лекции, но и информацию, отраженную на слайдах. Эта информация отражает основные положения темы, раскрывая базисные дидактические единицы, при этом формулируется кратко и лаконично. Для увеличения скорости записи конспекта рекомендуется вводить сокращения основных для изучаемой дисциплины, часто встречающихся терминов.

В конце лекции (а иногда и по ее ходу) обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции, для уточнения собственного понимания транслируемой информации.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары проводятся в процессе освоения дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом.

Студентам рекомендуется:

- предварительно ознакомиться с перечнем тем докладов, списком литературы
- заранее выбрать тему для подготовки к семинарскому занятию;
- заранее обеспечить возможность подготовить презентацию (7-10 слайдов);

Важно:

- быть готовым ответить на вопросы студентов и преподавателя;
- обеспечить активное участие студентов в дискуссии;
- учесть все замечания, которые сделал преподаватель по окончании доклада;
- получить рейтинговый балл в соответствие с текущим контролем успеваемости.

Презентация выполняется в программе Microsoft PowerPoint с необходимыми иллюстрациями, рисунками, схемами, графиками.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии

Дискуссия — это целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии - обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум – анализ и решение студентами заданий, сформированными на основе практических ситуаций, с целью приобретения навыков решения проблем в профессиональной области.

Задание (содержание) типовых кейсов по соответствующим темам курса имеется в настоящей Программе. Получение дополнительной информации и формирование рабочих групп осуществляется в начале соответствующего практического занятия преподавателем.

Порядок организации собственной деятельности во время ситуационного практикума:

1) в начале занятия Вы получаете задание (кейс) по

соответствующей теме курса;

2) кейс в зависимости от решаемых в ходе его выполнения задач, может решаться индивидуально или в микрогруппах (объявляется преподавателем);

3) после вашего ознакомления с содержанием задания, преподаватель отвечает на уточняющие вопросы;

4) студенты самостоятельно (или при минимальной помощи преподавателя) выполняют полученные задания (кейсы);

5) затем в зависимости от структуры проведения (по предварительной договоренности) представитель группы озвучивает ответ, по завершении которого преподавателем организуется его обсуждение;

6) если Вы являетесь участником группы докладчика, то в меру своих знаний, при возникновении у него затруднений во время дискуссии помогаете аргументировать решение группы;

7) если выступает докладчик другой группы, ваша задача внимательно выслушать представленное решение и задать вопросы к тем местам доклада, которые остались не понятны, мало аргументированы или учтены докладчиком;

8) в конце занятия преподаватель оглашает набранные вами рейтинговые баллы текущего контроля успеваемости.

В ходе выполнения практикума формируются и развиваются профессиональные компетенции обучаемых.

Требования к оформлению результатов практикума.

Доклады, отражающие индивидуальное или коллективное решение кейса группой, представляются в устной форме с использованием иллюстративных материалов при необходимости.

Творческая реализация доклада поощряется преподавателем бонусными баллами.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем и/или вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине Психология управления определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающийся взаимодействует с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения

одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины. Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике. Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 1. Основные понятия психологии управления	Место социологии и психологии управления в системе наук. Становление и развитие теории социального управления. Эволюция парадигм к управлению в XX веке от «человеческого материала» к «самоценной личности». Управленческие парадигмы: технократическая, адаптивная, организационно-культурная. Психологические аспекты в теории научной организации труда и теории человеческих отношений. Психологическая сторона административной школы управления.	Работа в Электронной библиотеке и на рекомендованных в Программе порталах сети Интернет Подготовка к дискуссии по вопросам	Конспект по дискуссионным вопросам
Тема 2. Методы управления и регулирования управленческих отношений	Анализ как метод социального управления. Контент-анализ. Метод экстраполяции. Экспертные методы. Метод моделирования. Метод социального проектирования. Методы управления и регулирования социальных отношений в организациях.	Работа в Электронной библиотеке и на порталах Интернет Подготовка к дискуссии по вопросам	Конспект по дискуссионным вопросам
Тема 3. Социальные организации и социальные институты	Сущность социально организации. Формальные и неформальные организации. Структура социальной организации. Социальные институты управления. Социальное управление в системе институтов менеджмента.	Работа в Электронной библиотеке и на порталах Интернет Подготовка отчета по кейсу	Отчет по кейсу
Тема 4. Управленческая деятельность	Алгоритм социального управления. Модели управления. Типология руководителей. Способность руководителя к управленческой деятельности. Управленческие знания, управленческие умения, управленческие навыки.	Работа в Электронной библиотеке и на порталах Интернет Подготовка отчета по кейсу	Отчет по кейсу
Тема 5. Управление социальными коммуникациями	Структура общения, вербальная и невербальная коммуникация. Механизмы делового общения, коммуникативные стратегии. Средства психологического влияния. Сущность и методы манипулирования.	Работа в Электронной библиотеке и на порталах Интернет Подготовка к дискуссии по вопросам Подготовка отчета по кейсу Подготовка к тесту	Конспект по дискуссионным вопросам Отчет по кейсу Тест
Тема 6. Социальная группа и особенности управления групповыми процессами	Социальная роль и сущность малых групп. Виды и особенности психологической совместимости сотрудников, коалиции и микрогруппы в коллективе. Методика выявления лидеров в малых группах. Противоречивость характера воздействия группы на личность. Значение психологической совместимости членов группы, каналов коммуникаций и стиля лидерства для эффективности деятельности группы. Проблема передачи части функций управления членам группы как фактор повышения эффективности ее деятельности.	Работа в Электронной библиотеке и на порталах Интернет Подготовка отчета по кейсу Подготовка к тесту	Отчет по кейсу Тест

Тема 7. Управленческие решения	Основные требования к социальным управленческим решениям. Процесс выработки и реализации социального управленческого решения. Методы измерения исполнения и диапазона руководства.	Работа в Электронной библиотеке и на рекомендован ных в Программе порталах сети Интернет, актуализация информации, полученной на лекционных занятиях, знакомство с дополнитель ными материалами по теме, фиксация новой информации в основных тезисах для участия в ситуационном практикуме	Отчет по кейсу
Тема 8. Управление социальными конфликтами и конфликтными ситуациями	Сущность виды и структура социального конфликта. Динамика конфликта, «застревание» в конфликте как предпосылка перерастание конфликта в кризис. Типичные ошибки конфликтного поведения. Руководитель как непосредственный участник конфликта и как посредник. Применение административных мер и психологических подходов при разрешении конфликта. Типы реагирования на конфликтную ситуацию. Бесконфликтные переговоры в профессиональной деятельности.	Работа в Электронной библиотеке и на рекомендован ных в Программе порталах сети Интернет, актуализация информации, полученной на лекционных занятиях, знакомство с дополнительными материалами по теме, фиксация новой информации в основных тезисах для участия в ситуационном практикуме Подготовка к тесту	Конспект по дискуссио нным вопросам Отчет по кейсу Тест

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Абрамов А.П., Боев Е.И., Каменский Е.Г. Социология и психология управления: учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. - 385с. - URL: http://biblioclub.ru/

2. Фененко Ю.В. Социология управления: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2015. - 215 с. – режим доступа http://biblioclub.ru

Дополнительная литература:

1. Живица О.В. Социальная и управленческая психология. – М.: Маркет ДС, 2012. – 136 с.
2. Войцеховский С.Н. Социология и психология управления: Раздел «Социальное моделирование и программирование»: учебное пособие / С.Н. Войцеховский, И.С. Орловская. - Санкт-Петербург: Петрополис, 2008. - 144 с.: ил. - Биьлиогр. в кн. - ISBN 978-5-9676-0148-1; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Тематический портал – Кадровый консалтинг	http://www.nkvclub.ru
2.	Тематический портал – Психология и бизнес	http://www.psycho.ru

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;

- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/
- ***современные профессиональные баз данных:***
- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

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

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1	Дискуссия	10 баллов – ставится за исчерпывающий аргументированный ответ. Аргументация логична, подкреплена знанием научных фактов, умением переводить доказательство с уровня словесно-логического мышления на наглядно-образный, наглядно–действенный и обратно. 5 баллов – ставится за исчерпывающий ответ, аргументация представлена только на одном из уровней мышления; 3 балла – ответ является достаточным, хотя и не всегда аргументированным. 2 балла – ответ лишь частично раскрывает содержание вопроса, отсутствует аргументация. 1 балл - ответ не раскрывает специфику вопроса, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика 0 баллов – в дискуссии не участвовал.
2	Ситуационный практикум	8-10 баллов – доклад содержит развернутые ответы на все сформулированные вопросы, лидером команды (микро-группы) даны исчерпывающие ответы на вопросы представителей других команд; 5-7 баллов – доклад содержит развернутые ответы на большинство сформулированных вопросов, лидером команды (микро-группы) даны краткие ответы на вопросы представителей других команд;

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		1-4 балла – доклад содержит только часть ответов на сформулированные вопросы, лидером команды (микро-группы) не даны корректные ответы на вопросы представителей других команд; 0 баллов – доклад не содержит ответов на сформулированные вопросы, лидером команды (микро-группы) не даны корректные ответы на вопросы представителей других команд
3	Тестовые задания	«10-9» – не менее 27 правильных ответов; «8-6» – не менее 25 правильных ответов; «5-1» – не менее 15 правильных ответов; «0» – менее 15 правильных ответов.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Примерные вопросы для подготовки к дискуссии

Тема 1

1. Место социологии и психологии управления в системе наук.
2. Становление и развитие теории социального управления.
3. Эволюция парадигм к управлению в XX веке от «человеческого материала» к «самоценной личности».
4. Управленческие парадигмы: технократическая, адаптивная, организационно-культурная.
5. Психологические аспекты в теории научной организации труда и теории человеческих отношений.
6. Психологическая сторона административной школы управления.

Тема 2

1. Анализ как метод социального управления.
2. Контент-анализ.
3. Метод экстраполяции.
4. Экспертные методы.
5. Метод моделирования.
6. Метод социального проектирования.
7. Методы управления и регулирования социальных отношений в организациях

Тема 5

1. Структура общения, вербальная и невербальная коммуникация.
2. Механизмы делового общения, коммуникативные стратегии.
3. Средства психологического влияния.
4. Сущность и методы манипулирования.

Тема 8

1. Сущность виды и структура социального конфликта.

2. Динамика конфликта, «застревание» в конфликте как предпосылка перерастание конфликта в кризис.
3. Типичные ошибки конфликтного поведения.
4. Руководитель как непосредственный участник конфликта и как посредник.
5. Применение административных мер и психологических подходов при разрешении конфликта.
6. Типы реагирования на конфликтную ситуацию.
7. Бесконфликтные переговоры в профессиональной деятельности.

Типовое задание к ситуационным практикумам (кейс-стади).

Ситуационный практикум предназначен для формирования у учащихся навыков решения проблем в профессиональной области, в ходе анализа и решения обучаемыми заданий, сформированными на основе практических ситуаций.

Кейс 1.

Известный американский бизнесмен Джон Фрэнсис «Джек» Уэлч-младший (англ. *John Francis «Jack» Welch, Jr.*) С 1981 по 2001 год занимавший должность генерального директора в компании *General Electric*, которого иногда называют «менеджером XX столетия», на встрече с российскими бизнесменами, состоявшейся в Москве в мае 2007 года, откровенно заявил, что для того, чтобы компания оставалась на плаву, он должен прибегать к ежегодному увольнению 10% менеджеров компании, показавших худшие результаты.

Вопросы к кейсу:

1. Какому подходу к управленческой деятельности соответствует данная позиция?
2. Опишите все минусы и плюсы данного подхода.
3. В каких ситуациях данный подход является наиболее эффективным, а в каких потерпит неудачу?

Кейс 2.

В работе менеджера особую роль играет рациональность мышления. Диалектику мыслительного процесса современного российского менеджера можно охарактеризовать следующими чертами:

- панорамность мышления (системность, широта, комплексность) и профессиональная предметность (знание деталей и тонкостей управления);
- умение понимать, принимать и использовать точки зрения, позиции, мнения, противоположные собственным, и одновременно проводить свою принципиальную линию;
- противодействие неделовому нажиму сверху без попадания в оппозицию к руководству;
- умение не соглашаться с мнением руководства, сохраняя при

этом хорошие отношения с ним;

- склонность к восприятию новых идей и их реализации, способность отличить их от прожектерства;
- способность рисковать (принимать решения, действовать без уверенности в позитивности последствий этих решений и действий), избегать опасных для бизнеса ошибок;
- предельная тактичность и вежливость в обращении с людьми и жесткая требовательность к любым отклонениям от установленных правил работы;
- демократичность, позволяющая не сковывать своим авторитетом идеи и действия подчиненных людей, и одновременно твердость в проведении линии на укрепление дисциплины, без которой высоко результативная работа невозможна.

Современный менеджер должен уметь ориентироваться в различных условиях, чтобы соответствовать требованиям ситуации в процессе управления.

Вопросы к кейсу.

1. Отнеситесь критически к выше изложенным положениям. Аргументируйте свои возражения по отдельным позициям (по отношению к которым есть возражения). Подготовьте систему доказательств выдвигаемых Вами положений.
2. Чем отличается от идеала Ваша собственная организация мышления? Какие в ней особенности?
3. Какие черты современного мышления менеджера Вы считаете необходимым активно в себе развивать?

Кейс 3.

Гостиница «Парадиз» имеет 23 номера на 46 гостей. Вместе с хозяйкой гостиницы Мэри Коллинз в ней работает 30 человек. Несколько лет назад о старом пансионе, на базе которого была создана гостиница, не упоминалось ни в одном справочнике по туризму. Теперь же все знают, что гостиница «Парадиз» является одной из лучших в своем классе.

Несмотря на то, что цены в гостинице довольно высокие, в ней всегда много гостей. В среднем отель заполнен круглый год на 80% – это хороший показатель для гостиничного бизнеса.

В работе Мэри руководствуется несколькими принципами:

- предоставлять услуги в соответствии с платой;
- обеспечивать заинтересованность сотрудников в выполняемой ими работе;
- заботиться о посетителях.

Для изучения потребностей и вкусов клиентов и дальнейшего

повышения качества их обслуживания, гостей просят заполнить вопросник. В нем содержится просьба высказать свои впечатления о гостинице в целом, а также об организации и качестве питания и обслуживания.

Вас пригласили в качестве консультанта и попросили выполнить следующие задачи:

1) сформулируйте вопросы анкеты по каждому из направлений отраженных в принципах работы гостиницы;

2) предложите систему стимулирования посетителей гостиницы к заполнению опросника;

3) предложите, как повысить заинтересованность сотрудников гостиницы в повышении качества обслуживания?

Кейс 4.

Шеф обсуждает с тремя своими сотрудниками: Ивановым, Ливановым и Круповым – жалобу покупателя фирмы *N,* который недоволен качеством поставленного ему материала, и указывает господам на то, что ситуация должна быть коренным образом исправлена.

Когда через неделю вновь приходит письмо от того же покупателя, который в грубой форме требует реакции на его жалобу, шеф вызывает своих сотрудников еще раз, чтобы определить, кто это дело «упустил».

При этом выясняется следующее. Иванов объясняет, что прежде он никогда не имел дело с подобными рекламациями. Он решил, что Ливанов, обладая широкими профессиональными знаниями в этом вопросе, должен был заняться данным делом. Ливанов предположил, что Иванов, лично знакомый с фирмой *N,* возьмет это дело в свои руки. Крупов, посчитав, что оба коллеги намного дольше его работают на предприятии, решил, что кто-то из них двоих подключится к этому делу.

Вопросы к кейсу:

1. Почему ни один из сотрудников не взял на себя ответственность за упущение в работе?
2. Можно ли считать, что шеф фирмы при делегировании ответственности согласовал зоны компетенции и ответственности?
3. Перекладывая ответственность друг на друга за неудачу, правильно ли поступают сотрудники?

Кейс 5.

В мае, незадолго до летнего отпуска, руководитель отдела Самсонов оказался очень загруженным. Не успевая выполнить весь объем работы, он дал своим сотрудникам свободу принятия решений, при этом просил не беспокоить его по пустякам и действовать самостоятельно.

Вернувшись после отпуска, руководитель возвращает все «на круги своя». Теперь он уже не может найти себе достаточный объем работы. Он вмешивается во все дела, любое решение принимает только лично и вновь повторяет, что как шеф он должен вникать во всякую мелочь. К

рождеству его активность заметно спадает, и наиболее активным сотрудникам вновь удается расширить поле своей деятельности. После рождественских каникул кривая активности шефа вновь ползет вверх до тех пор, пока он весной опять не начинает чувствовать усталость, и достигает своего полного спада вновь ко времени отпуска.

Вопросы к кейсу для обсуждения в группах:

1. Дайте характеристику методу руководства Самсонова.
2. Как, по Вашему мнению, сказываются на удовлетворенности работой подчиненных сезонные кривые активности руководителя?
3. Как бы Вы определили делегирование полномочий и почему:

а. организационно-техническое мероприятие для снижения загруженности руководителя;

б. принцип, на котором строится руководящая работа с самостоятельно думающими и действующими сотрудниками?

4. Сформулируйте цель делегирования полномочий.

Игровой кейс.

Кейс предполагает объединение в микрогруппы по четыре человека, и участие данных четверок в нескольких раундах.

1 этап. Введение в игру «Повышение и увольнение».

Ведущий произносит вводное слово. Объясняет правила игры и дает инструкцию: в каждой четверке один из Вас будет играть роль руководителя, трое других – роли его подчиненных. В игре четыре раунда. Даже если Вы встретитесь с одним и тем же человеком второй раз, каждый раз Ваши статусы будут различны. Каждый из Вас побывает в роли руководителя и трижды в роли подчиненного. По итогам данной игровой ситуации мы проанализируем удачные ходы аргументации.

2 этап. Распределение ролей.

На этом этапе игроки в четверках договариваются, кто будет руководителем в первом раунде, и как будет переходить эта роль от раунда к раунду.

3 этап. Содержание игровой ситуации.

Руководитель пригласил троих свои подчиненных, чтобы сообщить им о необходимости ему уехать на длительный срок (например, на 3 месяца на стажировку за границу). Вместо себя он должен оставить кого-то из них (т.е. фактически, один из подчиненных должен быть повышен…). С другой стороны, ситуация на рынке требует сокращения одной управленческой единицы, поэтому один из троих по итогам разговора будет уволен.

Взаимодействие в раунде происходит следующим образом:

- сначала руководитель говорит вступительную речь своим подчиненным (1 минута);
- затем подчиненные по очереди высказывают собственные

соображения, почему они не должны быть уволены (по одной минуте на каждого);

- выслушав выступления подчиненных, руководитель принимает решение о судьбе каждого из подчиненных, и в течение минуты аргументирует свои решения уволенному и неповышенному подчиненным.

По итогам раунда в карточки участников ставятся баллы:

0 баллов тому подчиненному, чья аргументация руководителю была неубедительной – его уволили…

1 балл тому подчиненному, чья аргументация была недостаточна для того, чтобы его повысили в должности – ему оставили его функционал.

2 балла тому подчиненному, чья аргументация убедила руководителя повысить его.

Подчиненные (кроме повышенного) могут поставить (а могут не поставить) руководителю по одному баллу, если они остались удовлетворены теми аргументами, которые руководитель привел для обоснования своего не самого лучшего для них решения.

Таким образом, в каждом раунде каждый участник может получить от 0 до 2 баллов за собственное умение аргументировать свою позицию и презентовать себя во взаимодействии.

4 этап. Завершение игры.

Игра заканчивается, когда каждый из членов микрогруппы побывал в роли руководителя и у каждого игрока заполнена личная карточка за 3 раунда (в роли подчиненного). Тогда ведущий может объявить о последнем этапе игры – подведении итогов и завершении.

Необходимо обсудить следующие вопросы:

- Какая из исполняемых ролей оказалась более трудной (руководителя или подчиненного)?
- Какие способы убеждения своих партнеров вы использовали?
- Какие ходы аргументации были выигрышными для них как руководителей, а какие работали против самого подчиненного?

В процессе обсуждения полезно обратить внимание участников на то, что аргументация «не работает», если говорящий не прояснил для себя, какие задачи хочет решить для себя партнер, в данном случае – начальник. А хочет он, в первую очередь, решить вопрос безопасности (чтобы его не подсидели), вопрос стабильности (чтобы без него – как с ним и не хуже), вопрос контроля (держать руку на пульсе).

Важно также подчеркнуть, что руководитель уже в своей вступительной речи оговаривает те критерии, которые считает важными. Если их услышать, зафиксировать и вернуть руководителю как

собственный аргумент – велика вероятность «попадания в яблочко». Т.е. аргументы должны ложиться точно в цель, которую можно выделить, если внимательно слушать, понимать и фиксировать услышанное.

Пример теста для проведения текущего контроля успеваемости

Метод исследования, предполагающий изучение личности человека косвенно, т.е. на основании результатов его интеллектуальной, творческой или физической активности:

а. контент-анализ
б. тестирование
в. анализ продуктов деятельности
г. включенное наблюдение

Психологическое обеспечение решения проблем управления персоналом является … психологии управления персоналом.

а. методом
б. объектом
в. предметом
г. целью

Краткое испытание, позволяющее измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого называется …

а. анкетой
б. тестом
в. аппаратурной методикой
г. экспериментом
д. наблюдением

Особенности применения психологических закономерностей управления в области кадрового менеджмента, являются … психологии в управлении персоналом.

а. целью
б. объектом
в. предметом
г. задачей

Метод выявления разнообразных качественных характеристик, предполагающий письменные ответы испытуемых на бланках с

заготовленными вопросами, - это…

а. анкетирование
б. интервьюирование
в. тестирование
г. контент-анализ

Субъектами управления выступают …

а. организация
б. департамент
в. менеджер среднего звена
г. отдел
д. проектная группа
е. топ-менеджер

Определите последовательность применения метода социометрии

а. Проводится анкетирование
б. Представление результатов в виде социограммы
в. Обработка и анализ результатов
г. Формулируются биполярные вопросы по теме исследования
д. Представление результатов в виде социоматрицы

Установите соответствие, между психическими феноменами и примерами их проявлений

Психические феномены	**Примеры проявления психического**
1. Познавательные психические процессы	направленность, способности, задатки, характер, темперамент
2. Психические качества личности	напряжённость, мотивация, фрустрация, эмоции, чувства
3. Психические состояния	ощущение, восприятие, память, мышление, воображение, речь

Человек, настроенный на поиск гармонии и согласия между людьми опирается на … тип мышления.

а. синтетический
б. аналитический
в. прагматический
г. идеалистический
д. реалистический

Выделяют направленность …

а. на дело и результат
б. на вещи

в. на себя
г. на ситуацию
д. на общение и взаимодействие

Э. Берн, является ...

а. автором теории эго-состояний
б. автором психодинамической теории
в. трехкомпонентной теории личности
г. создателем трансактного анализа
д. создателем модели коммуникативного процесса

Вставьте пропущенное слово. …– это высокая коммуникативная компетентность, при которой люди действуют конструктивно и несут ответственность за свои действия

Определите последовательность этапов развития команды

а. нормирование
б. бурления
в. функционирования
г. распад
д. формирования

Наибольшую известность получила типология трех стилей лидерства, автором которой является …

а. Ренсис Лайкерт
б. Поль Херси
в. Врум-Йеттон-Яго
г. Манфред Кетс де Врис
д. Кен Бланшар
е. Курт Левин

Вставьте пропущенное слово. Лидер, осуществляющий ситуативный стиль руководства – 5.5. «середина дороги» или «организационный» (по Р. Блейку-Дж. Моутон), является ….

Расставьте в правильной последовательности возникновение теорий лидерства (по Р. Дафту)

а. вероятностные (ситуационные) теории
б. теории личностных качеств
в. теории великого человека
г. теории взаимоотношений (системные)

д. поведенческие теории
е. теории влияния

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине *«Психология управления»* проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: 1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40. **«Зачтено»** **90-100** - ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые научные аргументы, использована профессиональная лексика. Кейс решен правильно. Студент правильно интерпретирует полученный результат. **80–89** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы. Ход решения ситуационного практикума, ответ неверный. Студент в целом правильно интерпретирует полученный результат. **70–79** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная лексика. Ход решения кейса, ответ неверный. Студент в целом правильно интерпретирует полученный результат. **50–69** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная лексика. Кейс решен частично. **«Не зачтено»** **менее 50** – ответы на теоретические вопросы неправильные или неполные, без необходимых аргументов. Ситуационный практикум не решен.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Место психологии управления в системе наук.
2. Основные категории психологии управления.
3. Становление психологии управления в России.

4. Основные функции управленческой деятельности.
5. Контент-анализ.
6. Метод экстраполяции.
7. Экспертные методы.
8. Метод моделирования.
9. Метод социального проектирования.
10. Управленческое консультирование.
11. Принципы психологии управления.
12. Социальная организация как предмет психологии управления.
13. Социальные институты управления.
14. Алгоритм социального управления.
15. Законы Паркинсона.
16. Коммуникативная компетентность руководителя особенности грамотной передачи информации, ораторские умения успешного руководителя.
17. Сущность и методы манипулирования.
18. Методика выявления лидеров в малых группах.
19. Психологический климат группы.
20. Факторы эффективности групповой деятельности.
21. Конфликты в управлении.
22. Коллективное принятие решений.
23. Сущность общения и его формы.
24. Механизмы делового общения.
25. Универсальные механизмы воздействия на людей.
26. Проблема передачи части функций управления членам группы как фактор повышения эффективности ее деятельности.
27. Основные требования к социальным управленческим решениям.
28. Основные стили принятия управленческих решений.
29. Конфликты на производстве.
30. Типичные ошибки конфликтного поведения.
31. Возможности управления конфликтом.
32. Типы реагирования на конфликтную ситуацию.

Задания 2 типа

1. Методы социально-психологического воздействия.
2. Сравнительный анализ профессионально-управленческих ролей.
3. Объект, субъект и предмет социологии и психологии управления.
4. Эволюция парадигм к управлению в XX веке от «человеческого материала» к «самоценной личности».
5. Управленческие парадигмы: технократическая, адаптивная, организационно-культурная.
6. Основные школы управления.
7. Анализ управленческой ситуации и среды.
8. Прикладные методы социологии и психологии управления.

9. Методы управления и регулирования социальных отношений в организациях.
10. Сущность социально организации. Формальные и неформальные организации. Структура социальной организации.
11. Институты государственного управления.
12. Социальное управление в системе институтов менеджмента.
13. Сущность, структура и функции управленческой деятельности.
14. Модели управления.
15. Руководство, лидерство, авторитет.
16. Типология руководителей.
17. Управленческие знания, управленческие умения, управленческие навыки.
18. Управленческое общение: характеристика, цели, формы, приемы аттракции.
19. Структура общения, вербальная и невербальная коммуникация.
20. Убеждение, внушение, заражение, подражание, просьба, принуждение, манипуляция.
21. Понятие группа, виды, структура.
22. Групповые эффекты, групповая динамика, групповая сплоченность.
23. Методы диагностики и управления групповыми процессами.
24. Методы измерения исполнения и диапазона руководства.
25. Понятие команды и командообразования.
26. Значение психологической совместимости членов группы, каналов коммуникаций и стиля лидерства для эффективности деятельности группы.
27. Массовое поведение и проблема социального управления.
28. Сущность и разновидности социального управленческого решения.
29. Процесс выработки и реализации социального управленческого решения.
30. Модели поведения руководителя в процессе принятия решения и правила выбора эффективной модели.
31. Классификация социальных конфликтов.
32. Руководитель как непосредственный участник конфликта и как посредник.

Задания 3 типа.

Задание № 1.

Японская фирма «Мацусити» планирует цели для своих работников следующим образом:

«Если ты совершил случайную ошибку, фирма простит тебя. Если же ты отступил от морального кодекса фирмы, тебе нет прощения. *Наши принципы*: сознание своей ответственности в деле прогресса и благосостояния нашего общества, посвящение себя дальнейшему развитию мировой цивилизации. *Наше кредо*: прогресс цивилизации –

это не абстракция, все мы совместными усилиями вносим в него лепту. Каждый из нас должен постоянно помнить это. Всемерная преданность фирме – ключ к успеху».

В чем заключается психологическая особенность планирования данной фирмы? Ответ обоснуйте.

Задание № 2.

Компания «Эпсилон» занимается разработкой и продвижением на рынок программных продуктов бухгалтерского учета. В штате компании находится большое количество специалистов, имеющих ученые степени. В ближайшей перспективе руководство компании намерено создать команду данных специалистов, деятельность которых будет направлена на оказание услуг бизнесу в сфере менеджмента и информационных технологий.

Какие роли должны присутствовать в группе для успешного функционирования данной команды?

Какие этапы командообразования пройдет данная группа?

Задание № 3.

Открытое Акционерное Общество «Бленд» работает на рынке консалтинговых услуг 10 лет. Штат организации свыше 100 человек. Сначала сотрудники работали с клиентами по одиночке либо произвольно сгруппированной бригадой. Затем было принято управленческое решение, в результате чего все сотрудники были разбиты на бригады по 4 человека. В результате сложилась неблагоприятная ситуация: внутриорганизационные разногласия, в результате чего снизилась производительность труда.

1. Какие управленческие решения должны быть приняты в данной ситуации?

2. Как принятые Вами решения отразятся на Ваших сотрудниках и на работе самой организации?

3. К какому типу, относится принятое вами решение (инертное, импульсивное, рискованное, осторожное, рациональное, основанное на суждении или интуитивное)?

Задание № 4.

Компания ООО «Колибри», производящая комплектующие для автомобилей, работает в условиях жесткой конкуренции. Генеральный директор компании в течение нескольких лет принимает стратегические и тактические решения, основываясь на сопоставлении текущих ситуаций с прошлым опытом работы. В целом, решения дают положительные результаты.

1. Как называется такой подход к принятию решений?

2. Охарактеризуйте основные требования к эффективному решению.

Задание № 5.

Несколько сотрудников фирмы были отправлены на курсы повышения квалификации и приняли участие в семинаре «Эффективные продажи бытовой техники». После семинара они решили применить новые программы в работе, на что потребовалось некоторое время, чтобы отладить этот процесс. В итоге показатели результатов работы на этом этапе снизились. Руководитель выказал недовольство их работой в резкой форме, подчеркнув, что ему кажется, что их квалификация после семинара не повысилась, а понизилась.

Перечислите деструктивные и конструктивные последствия конфликта? Ответ обоснуйте.

Задание № 6. Какие *качества руководителя* будут естественными в обстановке очень напряженной работы с «рваным» ритмом, когда факсы, телефонные звонки и личные контакты с посетителями невозможно спланировать, но надо действовать по ситуации, не ошибаясь.

В данной ситуации от руководителя подразделения требовалось такое сочетание качеств его поведения, проявление которых рождало бы эмоциональную напряженность сотрудников и создавало бы деловую обстановку.

Задание № 7.

Внимательно прочитайте приведенные законы управления.

Третий закон Паркинсона. Число людей в рабочей группе имеет тенденцию возрастать независимо от объема работы, которую надо выполнить.

Закон Х.Л. Менкена. Кто может – делает. Кто не может – учит. Дополнение Мартина. Кто не может учить – управляет.

Задания:

1. Прокомментируйте каждый из законов. О каких проблемах управленческой психологии идет речь?
2. Предложите варианты решения указанных проблем.

Задание № 8.

Главный специалист г-н Мейер дает двум руководителям отделов задание – позаботиться о том, чтобы сроки поставок фирме «Хорнеман и К» были выдержаны. Оба активно включаются вдело, причем друг с другом не советуются, так как каждый ведет свою линию по устранению проблем со сроками.

Работники производственного отдела, задерганные разноречивыми указаниями, высказывают свое недовольство г-ну Мейеру, который отчитал обоих. В результате отношения между двумя руководителями отделов испортились.

Вопросы.

1. Назовите виновников создавшегося положения.
2. Осознал ли свою ошибку г-н Мейер?
3. Что, по Вашему мнению, мешало руководителям отделов согласовать свои действия?

Задание № 9.

Мастер Крайз жалуется, что он целый день без перерыва на ногах. Если бы он сам обо всем не беспокоился, все шло бы наперекосяк. У него нет времени даже для того, чтобы перекусить. Поэтому нет ничего удивительного в том, что вечерами он приходит домой полностью «выжатый».

При анализе деятельности мастера Крайза выяснилось следующее: мастер систематически исключал из поля зрения своих старших рабочих (бригадиров). Указания он давал непосредственно отдельным рабочим и детально проверял выполнение. Если работа была выполнена неудовлетворительно, он тут же вмешивался и начинал лично исправлять ошибку.

Вопросы.

1. За что мастер Крайз получает зарплату?
2. Каков уровень соответствия его занимаемой должности и каков он у бригадиров участка?
3. Почему форму организации, при которой вся ответственность лежит на начальнике, именуют «инфарктной формой организации»?

Задание № 10.

Руководитель отдела г-н Краузе получил задание заниматься жалобами клиентов и вести с ними переговоры по удовлетворению претензий. Для этого ему даны руководством все необходимые полномочия. Однако довольно часто он по телефону просит директора, чтобы тот сам принял «особенно трудного» клиента. Г-н Краузе чувствует неуверенность при проведении переговоров. Постоянные его обращения к директору значительно увеличивают нагрузку того, тем не менее руководитель отдела уверен в том, что его метод переговоров считают таким эффективным и без него не могут обойтись.

Вопросы.

1. Какое качество демонстрирует г-н Краузе?
2. Что движет директором?
3. Чем воспользовался в своих целях г-н Краузе?
4. Что воспитывает в подчиненных убежденность в том, что он все может делать лучше всех и без его совета окружающие не обойдутся?

Задание № 11.

Внимательно прочитайте приведенные законы управления.

Закон Ван Харпена. Решение проблемы заключается в поиске людей, которые ее решают.

Закон Холла. Подход к проблеме важнее, чем ее решение.

Закон Корнуэлла. Начальство склонно давать работу тем, кто менее всего способен ее выполнить.

Задания:

1. Прокомментируйте каждый из законов. О каких проблемах управленческой психологии идет речь?

2. Предложите варианты решения указанных проблем.

Задание № 12.

В рамках менеджмента особую роль играет принятие правильных управленческих решений, поскольку от этого зависит успех в бизнесе. На практике встречаются следующие варианты:

• руководитель принимает решение и сообщает результат подчиненным, если это необходимо;

• руководитель принимает решение и объясняет, почему он его принял;

• руководитель принимает решение, но при этом интересуется мнением подчиненных, получая таким образом возможность проверить решение и в случае необходимости внести изменения;

• руководитель принимает решение и представляет его группе на доработку;

• руководитель излагает суть проблемы, спрашивает, какие будут предложения, и, выслушав их, принимает решения;

• руководитель излагает проблему и просит группу принять решение, оставляя за собой право выбора и утверждения варианта;

• руководитель излагает проблему и принимает решение группы.

Какой из предложенных вариантов вы считаете предпочтительным в современной России? Отчего это зависит? Ответ аргументируйте.

Задание № 13.

Проанализируйте приведенные ниже правила укрепления группового единства, предлагаемые руководителю для работы с формальной группой, оцените их эффективность и приведите примеры. Дополните правила еще 2-3мя принципами.

Для укрепления группового единства руководителю необходимо:

1) помогать группе испытывать общий успех;

2) укреплять доверие членов группы друг к другу и к ее лидеру;

3) культивировать чувство принадлежности к группе, активно привлекать членов группы к общим мероприятиям;

4) заботиться о том, чтобы принадлежность к группе доставляла радость и отвечала стремлению к престижу;

5) поддерживать веру в реальность стоящих перед группой целей.

Задание № 14.

На участке допущен брак. Никто не признался в его совершении.

Мастер заявил, что, если к концу смены не будет установлен виновник, весь участок лишится премии. Перед окончанием смены один из рабочих признал свою вину и был наказан соответствующим распоряжением.

Однако через два дня к мастеру пришел другой рабочий и заявил, что брак допустил в тот день именно он.

Какие действия вы предприняли бы на месте мастера?

Задание № 15.

Обеденный перерыв. Работница вошла в кабинет начальника отдела и попросила разрешения позвонить по телефону. Ведется беседа личного характера. Начальнику отдела должны позвонить по служебным делам, он ждет звонка, но телефон все еще занят работницей.

Как бы вы поступили на месте начальника отдела?

Задание № 16.

В возглавляемый вами отдел принят новый сотрудник. Он добросовестно работает и со вкусом одевается. Сравнив мысленно себя с ним, вы приходите к выводу, что ваш внешний вид оставляет желать лучшего. А тут еще распространилась среди подчиненных шутка насчет ваших брюк и покроя пиджака.

Как вести себя в этой ситуации?

Задание № 17.

Директор кафе прочитал книгу жалоб и предложений и выяснил следующее:

• посетителей устраивает ассортимент;

• посетители довольны качеством приготовленной пищи;

• им нравится качество обслуживания и вежливость персонала;

• тем не менее посетители не хотели бы прийти в это кафе еще раз в связи с тем, что персонал кафе плохо относится друг к другу, работники грубо разговаривают между собой, и у посетителей создается впечатление, что персонал кафе не любит свою работу, свою организацию.

Какие действия должен предпринять директор заведения для сплочения коллектива, становления благоприятной психологической атмосферы?

Задание № 18.

Вы – заместитель начальника отдела, все сотрудники которого – женщины. В силу своего характера или по каким-то другим причинам вы не нравитесь никому в этом отделе. Руководитель предлагает вам занять отдельный кабинет, но это будет затруднять вашу работу, так как вам необходима информация, поступающая от остальных сотрудников отдела. Как вы поступите?

Задание № 19.

В самый напряженный период завершения производственной программы один из сотрудников вашего коллектива заболел. Каждый из подчиненных занят выполнением своей работы. Работа отсутствующего также должна быть выполнена в срок. Как поступить в этой ситуации?

Задание № 20.

Предлагаются три варианта действий руководителя, дающего поручение своему секретарю. Какой вариант вы считаете предпочтительным и почему?

1. Я продиктую вам письмо, которое сегодня необходимо отправить.
2. Необходимо сегодня же отправить письмо такому-то поставщику с дальнейшей информацией о… Вы не могли бы составить конспект письма, чтобы в три часа мы смогли его вместе посмотреть?
3. Необходимо сегодня же отправить письмо клиенту, которого я принимал утром, с дальнейшей информацией о… Вы не позаботитесь об этом? Если у вас есть вопросы, я готов выслушать.

Задание № 21.

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

Через некоторое время мнение подчиненного подтверждается, и оборудование демонтируется. Руководитель вызывает к себе подчиненного, чтобы проанализировать причину неудачи.

Что вы ответите на месте подчиненного?

Задание № 22.

Вы – руководитель организации. Ваша организация приобрела новую грузовую машину. В отсутствие директора главный механик поручил работу на ней молодому перспективному специалисту. Но эта машина ранее была обещана пожилому, опытному водителю, которого такое решение возмутило. Пожилой водитель поставил директора перед выбором: или ему отдают машину, или он уходит из организации. Ваши действия?

Задание № 23.

Произошла поломка оборудования. Для ее устранения потребовалось бы много времени. Один рабочий, рискуя жизнью, быстро устранил неисправность. Весь цех восторгался его поступком.

Начальник цеха, узнав о случившемся, поблагодарил рабочего, а

мастера освободил от работы.

Как бы вы поступили на месте начальника цеха?

Задание № 24.

Два руководителя разговорились о том, как они дают указания подчиненным.

Первый: «Главное – что сказано, а не как сказано. У меня нет времени, чтобы подбирать для каждого форму выражения».

Второй: «Может быть, у тебя народ такой необидчивый. А мне постоянно приходится продумывать, как с кем лучше поговорить».

Позиции какого руководителя вы отдадите предпочтение и почему?

Задание № 25.

В трудовой коллектив, где имеется конфликт между двумя группировками по поводу внедрения новшеств, пришел новый руководитель, приглашенный со стороны.

Каким образом, по вашему мнению, ему лучше действовать, чтобы нормализовать психологический климат в коллективе?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «Управление человеческим ресурсами»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: б*акалавр*
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ 3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 3
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН 8
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 10
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 13
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 18
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ 21

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Управления человеческими ресурсами» составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 № 963.

Объектом изучения выступает система управления персоналом, определяемого современной наукой в качестве необходимого элемента совокупного капитала любой организации.

Дисциплина формирует общую систему теоретических и концептуальных представлений о роли человеческого капитала в системе конкурентных преимуществ и недостатков современной организации. При этом приоритетное внимание уделяется использованию инновационных стратегических подходов и прикладных HR-технологий, обеспечивающих конкурентные преимущества современным организациям.

Знания и компетенции по основным аспектам кадровой работы, которые приобретают обучающиеся по дисциплине «Управления человеческими ресурсами», могут использоваться будущими HR-специалистами любого уровня.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины: является приобретение обучающимися знаний теоретических основ и HR-менеджмента, а также формирование у них практических навыков разработки и реализации управленческих решений по кадровому направлению деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- раскрытие понятия человеческого капитала организации как фактора, в значительной степени определяющего ее рыночные позиции;
- изучение основных направлений инвестиций в развитие человеческого капитала организации;
- ознакомление с понятием рынка труда, его сегментацией механизмами централизованного и децентрализованного регулирования;
- ознакомление с понятием и формами реализации кадровых рисков, а также их негативным влиянием на результаты основной деятельности организации;

- сравнительный анализ различных подходов к организации кадровой работы на предприятиях, представляющих различные сферы предпринимательской и иной деятельности;
- изучение понятия, ключевых целей и структуры кадровой стратегии современной организации;
- изучение современных HR-технологий регулирования численности, развития организации и мотивации труда персонала, его социальной и психологической поддержки.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой:

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	1.1. Использует инструменты и методы управления коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедряет современные технологии продаж	теории, принципы, технологии, методы и инструменты управления персоналом, применяемые для решения профессиональных задач в области коммерческой, маркетинговой и пр. видов деятельности торгового предприятия	применять теории, принципы, технологии, методы и инструменты управления персоналом для решения профессиональных задач в области коммерческой, маркетинговой и пр. видов деятельности торгового предприятия.	анализа применяемых в организации принципов, технологий, методов и инструментов управления персоналом на предмет их эффективности и для решения профессиональных задач в области коммерческой, маркетинговой и пр. видов деятельности торгового предприятия	Контактная работа: Лекции Ситуационный практикум Дидактическая игра Практикум по решению задач Самостоятельная работа: Практические домашние задания
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать	**ПК-1**	1.3. Определяет и решает профессиональные задачи в области коммерческой, маркетинговой,	законодательные нормы РФ документационного обеспечения и учета по кадровому направлению	документально оформлять деятельность по управлению персоналом в соответствии	документационного оформления деятельности по оперативному управлению персоналом в	Контактная работа: Лекции Ситуационный практикум Дидактическая игра

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами		товароведной и (или) торгово-технологической деятельности	деятельности; структуру системы управления персоналом и порядок организации кадровой службы с учетом специфики профессиональных задач	с законодательными нормами РФ; разработать проект системы управления персоналом организации и структуру ее кадровой службы с учетом специфики профессиональных задач	соответствии с законодательными нормами РФ; разработки проекта системы управления персоналом организации и структуру ее кадровой службы с учетом специфики профессиональных задач	Практикум по решению задач Самостоятельная работа: Практические домашние задания Эссе
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими	**ПК-1**	1.4. Анализирует и оценивает ресурсный потенциал в целях управления торгово-экономическими системами	критерии анализа человеческих ресурсов организации в целях управления торгово-экономическими системами	анализировать человеческие ресурсы организации в целях управления торгово-экономическими системами	анализа человеческих ресурсов организации в целях управления торгово-экономическими системами	Контактная работа: Лекции Ситуационный практикум Дидактическая игра Практикум по решению задач Самостоятельная работа: Практические домашние задания

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
системами						

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ/балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер- класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая		
Очная форма										
Тема 1. Кадровое направление деятельности организации и основные аспекты управления им.	3		2	2					5	Практикум по решению задач /8; Ситуационный практикум /8; Практическое домашнее задание /4;
Тема 2. Система управления персоналом организации.	3			2					5	Ситуационный практикум /8; Практическое домашнее задание /4;
Тема 3. Регулирование численности персонала организации.	3		2					3	5	Практикум по решению задач /8; Дидактическая игра/ 8; Практическое домашнее задание /4;
Тема 4. Развитие человеческого капитала организации.	3			2					5	Ситуационный практикум /8; Практическое домашнее задание /4;
Тема 5. Организация и мотивация труда персонала организации.	4		2	2					5	Практикум по решению задач /8; Ситуационный практикум /8; Практическое домашнее задание /4;
Тема 6. Социальная и психологическая поддержка персонала организации.	3		2						9	Практикум по решению задач /8; Практическое домашнее задание /4; Эссе/ 6;

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ/балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер- класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая		
Очная форма										
Всего:	**19**		**8**	**8**				**3**	**34**	**100**
Контроль, час										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**									

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Кадровое направление деятельности организации и основные аспекты управления им

Понятие и структура человеческого капитала организации. Критерии качества человеческого капитала организации и механизм его влияния на ее рыночные позиции. Кадровые риски в деятельности организации. Основные направления инвестирования в развитие человеческого капитала организации.

Понятие и макроэкономические функции рынка труда, его сегментация. Инфраструктура рынка труда и основные его участники. Централизованное и децентрализованное регулирование рынка труда. Универсальные и специальные экономические законы, действующие на рынке труда.

Доктрины организации трудовых отношений как идеологическая основа управления персоналом. Доктрина эффективного потребления трудовых ресурсов, доктрина развития человеческого капитала организации, доктрина рационального сочетания мотивированности и ответственности персонала: преимущества, недостатки, рекомендации по практическому применению.

Зарубежный опыт управления персоналом организации и возможности использования его в современной России. Научная школа HR-менеджмента США, Западноевропейская научная школа HR-менеджмента, научная школа HR-менеджмента Японии: особенности стратегического управления персоналом и прикладных HR-технологий.

Тема 2. Система управления персоналом организации

Понятие и структура системы управления персоналом современной организации. Кадровая стратегия организации: типы и направления. Операционные системы HR-менеджмента. Блок обеспечения системы управления персоналом. Методические требования к управлению персоналом. Основы методики разработки и актуализации системы управления персоналом.

Кадровая служба современной организации и ее место в иерархии управления. Функциональные обязанности кадровой службы. Особенности организационной структуры и деятельности кадровой службы в малом, среднем и крупном бизнесе.

Тема 3. Регулирование численности персонала организации

Планирование потребностей организации в персонале. Штатное расписание. Компетентностный подход в планировании требований по рабочим местам. Должностные инструкции сотрудников.

Процесс привлечения сотрудников с рынка труда: методы и

варианты организации. Процедура отбора кандидатов на трудоустройство: заочная проверка кандидата, организация интервью и тестирование, встреча с потенциальным руководителем. Юридическое оформление отношений найма. Аутстаффинг как технология удовлетворения потребностей организации в человеческих ресурсах.

Процесс сокращения сотрудников: причины и связанные с ним рыночные опасности и возможности. Защита персонала организации от массовых сокращений. Организация процесса сокращения, обязательные и дополнительные компенсации сокращаемым работникам. Механизм аутплейсмента и его роль в процессе сокращения персонала.

Тема 4. Развитие человеческого капитала организации

Первичное профессиональное развитие новых сотрудников и их психологическая адаптация. Особенности первичного профессионального развития молодых специалистов. Технологии наставничества. Испытательный срок: задачи, технология организации, результаты.

Организация дополнительного обучения сотрудников организации. Программы повышение квалификации, профессиональная переподготовка, стажировка в сторонних организациях. Корпоративные учебные центры. Контроль результатов дополнительного обучения персонала.

Управление горизонтальной и вертикальной профессиональной карьерой сотрудников. Стратегические подходы к замещению руководящих должностей. Резерв на выдвижение и критерии отбора в него. Обучение и первичная адаптация молодых руководителей.

Тема 5. Организация и мотивация труда персонала организации

Организация труда персонала и ее место в системе современного HR-менеджмента. Индивидуальная, коллективная (бригадная) и проектная формы организации труда, возможности их применения в различных типах организаций.

Основы теории мотивации персонала. Основные формы имущественной и неимущественной мотивации. Базовые формы основной оплаты труда сотрудников: повременная, сдельная, коллективная и проектная. Инновационные технологии основной оплаты труда. Основные формы премирования сотрудников. Моральная мотивация персонала и особенности ее применения в отечественных условиях.

Тема 6. Социальная и психологическая поддержка персонала организации

Понятие и цели социальной поддержки персонала современной организации. Социальные гарантии. Стратегические подходы к организации социальной поддержки. Основные методы коллективной,

групповой и индивидуальной социально-экономической поддержки. Методические требования к организации социальной поддержки.

Понятие и цели психологической поддержки персонала. Негативное влияние стрессов и конфликтов на качество человеческого капитала и результаты основной деятельности современной организации. Мониторинг состояния психологического климата в трудовом коллективе организации: формализованные и неформальные методы. Коррекция состояния психологического климата в организации.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе преподавания дисциплины «Управление человеческими ресурсами» используются такие виды учебной работы, как лекции, ситуационные практикумы, дидактические игры, практикумы по решению задач, тренинги, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

Методические указания для обучающихся по работе во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач.

Проведение практикумов по решению задач используется для контроля факта приобретения обучающимися знаний и практических умений по соответствующей теме изучаемой дисциплины. Задание выдается преподавателем в ходе занятия.

Подведение итогов выполнения практикума по решению задач и оглашение баллов, набранных обучающимися, осуществляется преподавателем в конце практического занятия.

Результаты выполнения практикума обучающиеся представляют преподавателю в произвольной письменной форме.

Методические указания для обучающихся по выполнению ситуационных практикумов.

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;
- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;
- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по проведению дидактической игры.

Дидактическая игра – совместная деятельность обучаемых, направленная на нахождение путей оптимального решения поставленной задачи в соответствии с выбранной или назначенной ролью с целью выработки коммуникативных навыков, развития мышления, умения применять полученные теоретические знания на практике, быстроты оценки ситуации и принятия решения. Дидактическая игра позволяет вовлекать участников в моделирование процессов будущей профессиональной деятельности, развивает помимо профессиональных навыков, аналитические, рефлексивные способности, умение организовать собственную деятельность и деятельность группы.

Прежде чем приступать к участию в дидактической игре, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о целях и практических задачах игры, о порядке проведения дидактической игры, критериях оценки действий участников игры;

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы, описание игровой ситуации и конкретную роль в дидактической игре с разъяснением функций и порядка действий по сценарию;

По итогам проведения дидактической игры обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Методические указания для обучающихся по выполнению

практического домашнего задания

Практические задания используются для контроля факта приобретения обучающимися знаний и практических умений по соответствующей теме изучаемой дисциплины.

Выполнение практического задания осуществляется обучающимися в режиме самостоятельной (внеаудиторной) работы.

Задание включает в себя 3 вопроса, для ответа на которые необходимо заполнить одну или несколько граф соответствующей таблицы.

Методические указания для обучающихся по подготовке эссе

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать проблему, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по проблеме?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и ее анализ.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на

основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в освещении темы.

4. Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Кадровое направление деятельности организации и основные аспекты управления им.	Научная школа HR-менеджмента США, Западноевропейская научная школа HR-менеджмента, научная школа HR-менеджмента Японии: особенности стратегического управления персоналом и прикладных HR-технологий.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Решение практического домашнего задания	Подготовка к защите практического домашнего задания
Тема 2. Система управления персоналом организации.	Особенности организационной структуры и деятельности кадровой службы в малом, среднем и крупном бизнесе. Служебные отношения в системы управления персоналом	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Решение практического домашнего задания	Подготовка к защите практического домашнего задания

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
	современной организации.		
Тема 3. Регулирование численности персонала организации.	Должностные инструкции сотрудников. Аутстаффинг как технология удовлетворения потребностей организации в человеческих ресурсах. Механизм аутплейсмента и его роль в процессе сокращения персонала.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Решение практического домашнего задания	Подготовка к защите практического домашнего задания
Тема 4. Развитие человеческого капитала организации.	Технологии наставничества. Корпоративные учебные центры. Контроль результатов дополнительного обучения персонала.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Решение практического домашнего задания	Подготовка к защите практического домашнего задания
Тема 5. Организация и мотивация труда персонала организации.	Организация труда персонала и ее место в системе современного HR-менеджмента. Моральная мотивация персонала и особенности ее применения в отечественных условиях.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Решение практического домашнего задания	Подготовка к защите практического домашнего задания
Тема 6. Социальная и психологическая поддержка персонала организации.	Социальные гарантии. Негативное влияние стрессов и конфликтов на качество человеческого капитала и результаты основной деятельности современной организации.	Работа с литературой, включая ЭБС, и источниками в сети Internet. Подготовка эссе и решение практического домашнего задания	Подготовка к защите эссе и практического домашнего задания

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Алавердов А.Р. Управление человеческими ресурсами организации: учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2017. – 680с. – (Университетская серия).

Дополнительная литература:

1. Дейнека, А. В. Управление персоналом организации : учебник / А. В. Дейнека. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 288 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573308
2. Ужахова, Л. М. Управление человеческими ресурсами : учебное пособие : [16+] / Л. М. Ужахова ; отв. ред. Д. В. Вакорин ; Тюменский государственный университет. – Тюмень : Тюменский государственный университет, 2018. – 96 с. : ил. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574277
3. Иванова С.В. Мотивация на 100%: а где же у него кнопка? / под ред. Е. Харитоновой. - 9-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. - 285 с. – режим доступа http://biblioclub.ru
4. Курс MBA по менеджменту=The Portable MBA in Management / науч. ред. А. Куницын; пер. с англ. А. Исаенко, А. Лисовский ; под ред. А.Р. Коэна. - 6-е изд. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 507 с. – режим доступа https://biblioclub.ru
5. Личная эффективность:10 лучших статей HarvardBusinessReview. – М.: Альпина Паблишерз, 2016. - 217с. – режим доступа http://biblioclub.ru).

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 № 197-ФЗв редакции от 05.10.2015	http://www.consultant.ru
2.	Закон РФ «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ в редакции от 29.07.2017	http://www.consultant.ru
3.	Закон РФ «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях их деятельности» от 12.01.1996 № 10-ФЗ в редакции от 03.07.2016	http://www.consultant.ru

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
4.	Тематический портал – подборка информации для менеджеров по персоналу	http://www.hrm.ru
5.	Тематический портал – новости в сфере управления персоналом	http://www.hr-ua.com
6.	Сайт журнала «Управление персоналом»	http://www.top-personal.ru
7.	Сайт журнала «Кадровое дело»	www.kdelo.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;

• Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

• Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

• Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.

• Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

• Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ № п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практическое домашнее задание	«4» – решение верно и хорошо обосновано; «3» – решение в целом верное, но есть незначительные ошибки; «1-2» – в решении допущены грубые ошибки; «0» – задание не выполнено.
2.	Эссе	«6» – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с рекомендациями, существенных замечаний по оформлению нет; «5» – тема раскрыта в полном объеме в соответствии с рекомендациями, есть замечания по оформлению; «4» – тема раскрыта не в полном объеме, замечаний по оформлению нет; «2-3» – тема раскрыта только частично, нарушены правила по оформлению; «0» – эссе не сделано либо полностью не соответствует теме.
3.	Ситуационный практикум	«8-7» – ответы представлены и аргументированы по всем вопросам ситуационного практикума; «6-5» – ответы представлены и аргументированы не всем вопросам ситуационного практикума или часть решений не верные; «4-1» – ответы представлены не по всем вопросам практикума и не аргументированы;

№ № п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
		«0» – ситуационный практикум не выполнен
4.	Дидактическая игра	«8-7» – участник игры, ориентируясь на свою роль, правильно и аргументировано изложил позицию соответствующего должностного лица по обсуждаемому вопросу, принял активное участие в последующей дискуссии, провел предварительную подготовку к игре; «6-5» – участник игры, ориентируясь на свою роль, правильно и аргументировано изложил позицию соответствующего должностного лица по обсуждаемому вопросу, принял активное участие в последующей дискуссии; «4-3» – участник игры, ориентируясь на свою роль, в целом правильно, но недостаточно аргументировано изложил позицию соответствующего должностного лица по обсуждаемому вопросу, в последующей дискуссии принимал не слишком активное участие; «2-1» – в игре конкретную роль не исполнял, но активно участвовал в дискуссии; «0» – в игре практически не участвовал.
5.	Практикум по решению задач	«8» – решение верно и хорошо обосновано; «7» – решение верно, но слабо обосновано; «6-5» – решение в целом верное, но есть незначительные ошибки; «4-3» – решение в целом верное, но есть значительные ошибки или задание выполнено не полностью; «2-1» – в решении допущены грубые ошибки; «0» – задание не выполнено.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые практикумы по решению задач

Практикум по решению задач 1:

1. Определите приоритетные формы инвестиций в развитие человеческого капитала организаций – работодателей, заполнив для этого правую графу таблицы:

Направление инвестиций	***Форма инвестирования (конкретные затраты работодателя по кадровому направлению)***
Инвестиции в повышение компетентности персонала	
Инвестирование в повышение лояльности персонала	
Инвестирование в укрепление физического и психологического здоровья персонала	

2. Приведите примеры реализации наиболее опасных для работодателя кадровых рисков, заполнив для этого правую графу

таблицы:

Группа рисков	*Примеры реализации соответствующих рисков (не менее двух по каждой группе)*
Риски количественного характера	
Риски качественного характера	
Риски нелояльности персонала	

3. Сформулируйте факторы, действие которых может определить необходимость актуализации системы HR-менеджмента, заполнив для этого соответствующие графы таблицы.

Факторы макросреды	**Факторы микросреды**

Типовой ситуационный практикум

Тема ситуационного практикума: «Актуализация ОСУ службы персонала на предприятиях малого, среднего и крупного бизнеса».

Цель практикума: выявление особенностей обеспечения кадровой безопасности организаций, представляющих наиболее представительные по числу занятого населения отрасли экономики.

Порядок выполнения задания практикума:

1. Вся аудитория разбивается на три группы (команды), каждая из которых ориентирована на исследование одной из следующих категорий организаций работодателей:

- малое предприятие – со штатом в 25-30 сотрудников;
- среднее предприятие со штатом 250-300 сотрудников;
- транснациональная (т.е. имеющая зарубежную филиальную сеть) корпорация.

2. Каждая из команд должна:

- дать краткое описание организационной структуры управления (ОСУ) кадровой службы, характерной для соответствующего типа работодателей;
- раскрыть преимущества и недостатки традиционного подхода к проектированию ОСУ для рассматриваемого типа работодателей;
- сформулировать и доказательно обосновать возможные изменения в ОСУ кадровой службы;
- сформулировать новые возможности и возможные проблемы, связанные с реализацией предлагаемых инноваций.

3. Результатом работы команды выступает «Экспертное заключение». Оно составляется в свободной творческой форме и содержит аргументированные рекомендации, адресованные соответствующей категории работодателей по вопросу оптимизации ОСУ кадровой службы.

При составлении заключения рекомендуется учитывать:

- специфику национальной трудовой ментальности россиян;
- исторически сложившиеся в нашей стране традиции управления персоналом.

4. Для повышения эффективности работы, в структуре команды рекомендуется выделить следующие роли:

- «лидер команды» – координатор работы (1 человек);
- «эксперты» – наиболее компетентные в рассматриваемых вопросах слушатели (не более 3-5 человек);
- «критики» – остальные члены команды, принимающие участие в обсуждении и выступающие с критическими замечаниями в процессе подготовки отчета о проделанной работе.

5. На подготовку «Экспертного заключения» в письменной форме командам отводится 30 минут, после чего лидеры команд выступают с докладами. Доклад имеет продолжительность 8-10 минут и должен включать в себя:

- основные положения письменного заключения;
- иллюстративные примеры из практики конкретных организаций.

6. После завершения каждого из докладов членам остальных команд рекомендуется задавать вопросы и инициировать краткие дискуссии.

Ожидаемый результат: приобретение студентами практических умений работы по выбору наиболее эффективной ОСУ кадровой службы в организациях различных по масштабу сфер бизнеса.

Типовая дидактическая игра

Тема/проблема: «Организация и проведение панельного интервью в современной торговой компании».

Концепция игры: отработка навыков отбора кандидатов на вакантную должность в торговой компании. В ходе игры имитируется процедура проведения панельного интервью.

Этапы подготовки и проведения дидактической игры:

1. Обучающиеся разделяются на две подгруппы:

Первая подгруппа: Большая часть группы является представителями компании-работодателя. На основе мониторинга рынка труда обучающимся необходимо:

- выбрать конкретную организацию сферы торговли, на примере которой будет проводиться интервью;
- определить конкретную вакансию и разработать требования к кандидатам;
- сформировать специальную комиссию для проведения интервью, которая должна включать в себя следующих специалистов:

- вице-президент по кадровому направлению;
- представитель службы персонала;

- руководитель соответствующего структурного подразделения;
- заместитель руководителя соответствующего структурного подразделения;
- штатный психолог;
- представитель службы безопасности.
- и т.д.

- подготовить план проведения панельного интервью;
- разработать критерии и систему оценки кандидатов.

Обучающиеся, не вошедшие в состав комиссии, являются помощниками и выполняют дополнительные функции в ходе подготовки и проведении интервью.

Вторая подгруппа: Кандидаты на вакантную должность и помощники кандидатов (необходимо выбрать 3-4 кандидатов).

На основе мониторинга рынка труда обучающимся необходимо:

- собрать и проанализировать информацию о компании-работодателе;
- проанализировать информацию в рамках предлагаемой вакансии;
- разработать резюме кандидатов.

2. Проводится интервью с кандидатами.

3. После проведения интервью проводится комплексная оценка кандидатов.

4. По результатам оценки кандидатов принимается окончательное решение о найме кандидата.

По окончании дидактической игры происходит подведение преподавателем итогов игры, оценка активности и индивидуальных результатов работы каждого из ее участников.

Типовое домашнее практическое задание

1. Ориентируясь на указанные в таблице позиции, сформулируйте основные характеристики хэдхантинга.

Преимущества хэдхантинга	*Недостатки хэдхантинга*
В массовом порядке хэдхантинг *целесообразно использовать* в следующих типах организаций:	

2. Сформулируйте функции указанных должностных лиц при отборе кандидатов на трудоустройство, заполнив для этого правую графу таблицы.

Должность, подразделение	*Функциональные задачи должностного лица*
Психолог службы персонала	
Специалист службы безопасности	

Должность, подразделение	*Функциональные задачи должностного лица*
Руководитель подразделения, в которое нанимается кандидат	

3. Определите документы, которые необходимо представить кандидату на трудоустройство, чтобы подтвердить указанные компетенции. Заполните для этого правую графу таблицы.

Компетенции	*Подтверждающие документы*
Базовые профессиональные компетенции	
Дополнительные (углубленные) профессиональные компетенции	
Стаж работы по специальности	
Наличие опыта руководящей работы	
Ответственность и лояльность	

Примерные темы эссе:

1. Влияние качества человеческого капитала на конкурентные позиции работодателя.
2. Преимущества и недостатки для компании, использующей переманивание специалистов в качестве приоритетного при заполнении ключевых вакансий.
3. Человеческий фактор в деятельности современной организации.
4. Трудовая ментальность россиян и ее влияние на управление персоналом в российских организациях.
5. Рынок труда современной России: основные проблемы и перспективы развития.
6. Взаимосвязь экономической ситуации в стране и ситуации на рынке труда.
7. Имидж организации как работодателя на рынке труда, связанные с ним возможности и определяющие его факторы.
8. Проблема «утечки мозгов» в процессе межстрановой миграции трудовых ресурсов.
9. Проблема незаконной миграции рабочей силы.
10. Национальные особенности управления персоналом в России.
11. Национальные особенности управления персоналом в США и возможность применения данного опыта в современной России.
12. Национальные особенности управления персоналом в Японии и возможность применения данного опыта в современной России.
13. Корпоративная культура организации и управление ее персоналом.
14. Лояльность персонала организации и ее влияние на рыночные позиции.
15. Современные HR-технологии привлечения в организацию новых сотрудников.

16. Современные HR-технологии отбора кандидатов на трудоустройство.
17. Организация профессиональной адаптации новых сотрудников организации.
18. Организация психологической адаптации новых сотрудников организации.
19. Корпоративные учебные центры и их влияние на качество человеческого капитала организации.
20. Управление профессиональной карьерой сотрудников организации.
21. Современные HR-технологии вознаграждения персонала.
22. Социальная поддержка персонала: цели, формы, особенности применения различными типами работодателей.
23. Психологическая поддержка персонала: цели, формы, особенности применения различными типами работодателей

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление человеческими ресурсами» проводится в форме зачета.

№	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов Студент, набравший в семестре не менее 50 баллов и претендующий на более высокий балл, вправе для этого ответить на третий вопрос билета. **«Зачтено»** **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный

№	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
	результате освоения дисциплины	результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. **«Не зачтено»** **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа

1. Раскрыть содержание понятия «человеческий капитал организации».
2. Раскрыть содержание понятия «человеческий фактор в деятельности организации».
3. Раскрыть содержание понятий «национальный трудовой менталитет».
4. Раскрыть содержание понятия «кадровая политика организации».
5. Раскрыть содержание понятия «операционная подсистема HR-менеджмента».
6. Раскрыть содержание понятия «блок обеспечения HR-менеджмента».
7. Раскрыть содержание понятия «профессиональные компетенции работника».
8. Раскрыть содержание понятия «профессиональные важные личностные компетенции работника».
9. Раскрыть содержание понятия «компетентностный подход к управлению персоналом».
10. Раскрыть содержание понятия «рынок труда».
11. Раскрыть содержание понятия «аутстаффинг».
12. Раскрыть содержание понятия «аутплейсмент».
13. Раскрыть содержание понятия «рекрутинг».
14. Раскрыть содержание понятия «рекрутинговое агентство».
15. Раскрыть содержание понятия «HR-аудит».
16. Раскрыть содержание понятия «HR-консалтинг».
17. Раскрыть содержание понятия «лояльность персонала».
18. Раскрыть содержание понятия «корпоративный дух».
19. Раскрыть содержание понятия «HR-менеджер».
20. Раскрыть содержание понятия «HR-технология».
21. Раскрыть содержание понятия «кадровый резерв организации».

22. Раскрыть содержание понятия «аттестация персонала».

23. Раскрыть содержание понятия «мотивация персонала».

24. Раскрыть содержание понятия «имидж организации на рынке труда».

25. Раскрыть содержание понятия «персональное досье сотрудника».

Задания 2 типа

1. Раскройте разницу между понятиями «человеческие ресурсы» и «человеческий капитал» организации.

2. Раскройте механизм влияния качества человеческого капитала организации на ее рыночные позиции.

3. Раскройте разницу между понятиями «социально-ориентированная кадровая стратегия» и «асоциальная кадровая стратегия».

4. Раскройте разницу между кадровой стратегией открытого и закрытого типа.

5. Раскройте механизм влияния человеческого фактора на результаты деятельности организации.

6. Раскройте разницу между двумя кадровыми документами «личное дело сотрудника» и «персональное досье сотрудника».

7. Раскройте взаимосвязь между доктриной организации трудовых отношений, на которую ориентируются том менеджеры организации и степенью социальной ориентации ее кадровой стратегии.

8. Раскройте разницу между понятиями «горизонтальная профессиональная карьера» и «вертикальная профессиональная карьера».

9. Раскройте разницу между понятиями «имущественная мотивация сотрудника» и «неимущественная мотивация сотрудника».

10. Аргументируйте целесообразность инвестиций в развитие человеческого капитала организации.

11. Определите основные направления использования результатов планирования требований по рабочим местам.

12. Определите основные направления использования результатов аттестации сотрудников.

13. Раскройте возможные стратегические подходы к выбору приоритетного критерия отбора кандидатов в резерв на выдвижение.

14. Определите основные задачи использования технологии испытательного срока для новых сотрудников организации.

15. Определите основные задачи использования технологий моральной мотивации персонала современной организации.

16. Раскройте механизм влияния корпоративного духа в трудовом коллективе организации на результаты ее основной деятельности.

17. Раскройте механизм негативного влияния стрессов на конечные результаты работы организации.

18. Раскройте механизм негативного влияния конфликтов между сотрудниками на конечные результаты работы организации.

19. Аргументируйте влияние профессионально важных личностных компетенций сотрудника на результаты его трудовой деятельности.

20. Раскройте механизм влияния закона рыночной конкуренции на трудовое поведение работников на внешнем и внутрифирменном рынке труда.

21. Раскройте механизм влияния закона соответствия спроса и предложения человеческих ресурсов на ситуацию на отраслевом или региональном рынке труда.

22. Раскройте механизм влияния закона перемены труда на кадровую стратегию работодателей.

23. Раскройте рыночные возможности и рыночные опасности для работодателя, связанные с активным использованием аутстаффинга.

24. Раскройте возможные проявления нелояльности со стороны сотрудников и связанные с этим опасности для работодателя.

25. Определите основные задачи использования технологий психологической поддержки персонала современной организации.

Задания 3 типа

1. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективный метод привлечения с внешнего рынка труда указанных в левой графе категорий сотрудников:

№№ п.п.	*Категория сотрудников*	*Рекомендуемый вариант привлечения с внешнего рынка труда*
1.	Рабочие массовых профессий	
2.	Менеджеры высшего и среднего звена	
3.	Молодые специалисты	
4.	Профессионалы редкой специализации	

2. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив виды сервисных услуг на рынке труда (аутстаффинг, аутплейсмент, хэдхантинг, консалтинг), наиболее эффективных для указанных в левой графе категорий организаций работодателей:

№№ п.п.	*Категория организаций*	*Рекомендуемые сервисные услуги, предлагаемые на рынке труда*
1.	Кризисная организация, нуждающаяся в сокращении штата	
2.	Организация с небольшим стажем работы на рынке, нуждающаяся в срочном заполнении вакансий дефицитных на рынке труда специалистов и руководителей	
3.	Организация с сезонным характером производства	

№№ п.п.	Категория организаций	Рекомендуемые сервисные услуги, предлагаемые на рынке труда
4.	Малое предприятие, нуждающееся в реформировании системы HR-менеджмента	

3. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив конкретные формы инвестиций работодателя в развитие своего человеческого капитала по направлениям, указанным в левой графе:

№№ п.п.	Общие направления инвестиций	Конкретные формы инвестиций
1.	Инвестиции в повышение компетенций сотрудников	
2.	Инвестиции в улучшение здоровья сотрудников	
3.	Инвестиции в повышение лояльности сотрудников	
4.	Инвестиции в улучшение психологического климата в трудовом коллективе	

4. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективную форму основной оплаты труда для указанных в левой графе категорий сотрудников:

№№ п.п.	Категория сотрудников	Рекомендуемый вариант основной оплаты труда
1.	Рабочие - станочники	
2.	Рабочие строительно-ремонтной бригады	
3.	Сотрудники штабной службы	
4.	Коллектив архитекторов	

5. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективную форму премирования для указанных в левой графе категорий сотрудников:

№№ п.п.	Категория сотрудников	Рекомендуемый вариант премирования
1.	Сотрудники штабной службы	
2.	Топ менеджеры	
3.	Сотрудники любого подразделения организации	
4.	Руководители структурных подразделений	

6. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив практическую форму реализации компетентностного подхода по указанным в левой графе направлениям кадровой работы в организации:

№№ п.п.	Направление кадровой работы в организации	Конкретная форма реализации компетентностного подхода
1.	Планирование требований по рабочим местам	
2.	Организация процесса сокращения персонала	
3.	Организация процесса дополнительного обучения персонала	
4.	Организация отбора кандидатов в резерв на выдвижение	

7. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективную форму организации труда для указанных в левой графе категорий сотрудников:

№№ п.п.	Категория сотрудников	Рекомендуемый вариант организации труда
1.	Рабочие - станочники	
2.	Рабочие строительно-ремонтной бригады	
3.	Сотрудники штабной службы	
4.	Коллектив архитекторов	

8. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективную форму дополнительного обучения для указанных в левой графе категорий сотрудников:

№№ п.п.	Категория сотрудников	Рекомендуемый вариант дополнительного обучения
1.	Топ менеджеры	
2.	Эксперты по внешним финансовым и товарным рынкам	
3.	Менеджеры по продажам	
4.	Рядовые исполнители	

9. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив практическую форму реализации компетентностного подхода по указанным в левой графе направлениям кадровой работы в организации:

№№ п.п.	Направление кадровой работы в организации	Конкретная форма реализации компетентностного подхода
1.	Организация процесса первичного развития новых сотрудников	
2.	Организация процесса отбора кандидатов на трудоустройство	
3.	Организация процесса психологической поддержки персонала	
4.	Организация процесса оплаты труда персонала	

10. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив

сегмент рынка трудовых ресурсов, на который следует приоритетно ориентироваться указанным в левой графе типам работодателей:

№№ п.п.	***Категория организаций работодателей***	***Рекомендуемый сегмент внешнего рынка труда***
1.	Крупная организация с большим опытом работы на рынке	
2.	Вновь создаваемое малое предприятие	
3.	Организация, ориентированная на массовое использование неквалифицированной рабочей силы	
4.	Крупная промышленная корпорация с собственным учебным центром	

11. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив категорию сотрудников, для которой будет наиболее эффективна форма дополнительного обучения, указанная в левой графе:

№№ п.п.	***Категория сотрудников***	***Рекомендуемый вариант дополнительного обучения***
1.	Обучение непосредственно на рабочих местах	
2.	Обучение в сторонних специализированных организациях	
3.	Стажировка в однотипных организациях	
4.	Тренинг, проводимый в организации приглашенным консультантом	

12. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективные инструменты психологической поддержки для указанных в левой графе категорий сотрудников:

№№ п.п.	***Категория сотрудников***	***Рекомендуемые инструменты психологической поддержки***
1.	Топ менеджеры	
2.	Менеджеры по обслуживанию элитных клиентов	
3.	Руководители структурных подразделений	
4.	Рядовые исполнители	

13. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективные инструменты социальной поддержки для указанных в левой графе категорий сотрудников:

№№ п.п.	***Категория сотрудников***	***Рекомендуемые инструменты социальной поддержки***
1.	Топ менеджеры	
2.	Менеджеры и специалисты среднего звена	
3.	Ценные для организации специалисты предпенсионного возраста	

№№ п.п.	Категория сотрудников	Рекомендуемые инструменты социальной поддержки
4.	Рядовые исполнители	

14. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив категории сотрудников организации, на которых должны быть направлены инструменты психологической поддержки, указанные в левой графе:

№№ п.п.	Инструменты социальной поддержки	Категория сотрудников
1.	Тренинги по профилактике стрессов	
2.	Периодические интервью с психологом, направленные на выявление «раздражающих психологических факторов»	
3.	Тренинги по оперативному выявлению и пресечению конфликтов в трудовом коллективе	
4.	Регулярные беседы с психоаналитиком	

15. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив форму организации психологической поддержки персонала, на которую следует приоритетно ориентироваться указанным в левой графе типам работодателей:

№№ п.п.	Категория организаций работодателей	Рекомендуемая форма организации психологической поддержки
1.	Крупная корпорация	
2.	Малое высокорентабельное предприятие, использующее высокоинтеллектуальный наемный труд	
3.	Организация, ориентированная на массовое использование неквалифицированной рабочей силы	

16. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективные HR-технологии (не менее 2-х по каждой строке), направленные на противодействие указанным в левой графе формам реализации кадровых рисков количественного характера:

№№ п.п.	Формы реализации кадровых рисков количественного характера	Рекомендуемые HR-технологии
1.	Риск переизбытка персонала	
2.	Риск недостатка персонала	

17. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив

наиболее эффективные HR-технологии (не менее 2-х по каждой строке), направленные на противодействие указанным в левой графе формам реализации кадровых рисков качественного характера:

№№ п.п.	***Формы реализации кадровых рисковкачественного характера***	***Рекомендуемые HR-технологии***
1.	Риск недостаточной квалификации персонала	
2.	Риск недостаточной ответственности персонала	

18. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективные HR-технологии (не менее 2-х по каждой строке), направленные на противодействие указанным в левой графе формам реализации кадровых рисков, связанных с нелояльностью персонала:

№№ п.п.	***Формы реализации кадровых рисков, связанных с нелояльностью персонала***	***Рекомендуемые HR-технологии***
1.	Риск перехода сотрудника на работу к конкуренту	
2.	Риск сознательного обмана доверия работодателя (хищения, разглашение конфиденциальной информации и т.п.)	

19. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив наиболее эффективные HR-технологии (не менее 2-х по каждой строке), направленные на практическую реализацию требований указанных в левой графе законов, обеспечивающих децентрализованное регулирование рынка труда:

№№ п.п.	***Законы, обеспечивающие децентрализованное регулирование рынка труда***	***Рекомендуемые HR-технологии***
1.	Закон перемены труда	
2.	Закон непрерывного улучшения условий труда	

20. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив основные функции указанных в левой графе инстанций и должностных лиц в области организации процесса первичного развития новых сотрудников:

№№ п.п.	***Должностные лица и инстанции***	***Функции по организации процесса первичного развития новых сотрудников***
1.	Специалист кадровой службы, отвечающий за развитие персонала	
2.	Психолог кадровой службы	

№№ п.п.	Должностные лица и инстанции	Функции по организации процесса первичного развития новых сотрудников
3.	Служба безопасности	
4.	Руководитель структурного подразделения	
5.	Непосредственный технический руководитель (или наставник) нового сотрудника	

21. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив основные функции указанных в левой графе инстанций и должностных лиц в области организации аттестации сотрудников:

№№ п.п.	Должностные лица и инстанции	Функции по организации аттестации сотрудников
1.	Специалист кадровой службы, отвечающий за оценку персонала	
2.	Психолог кадровой службы	
3.	Служба безопасности	
4.	Руководитель структурного подразделения	
5.	Непосредственный технический руководитель (или наставник) нового сотрудника	

22. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив основные функции указанных в левой графе инстанций и должностных лиц в области организации процесса дополнительного обучения сотрудников:

№№ п.п.	Должностные лица и инстанции	Функции по организации процесса дополнительного обучения сотрудников
1.	Специалист кадровой службы, отвечающий за развитие персонала	
2.	Психолог кадровой службы	
3.	Финансовая служба	
4.	Руководитель структурного подразделения	
5.	Непосредственный технический руководитель нового сотрудника	

23. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив основные функции указанных в левой графе инстанций и должностных лиц в области организации процесса актуализации корпоративной системы HR-менеджмента:

№№ п.п.	***Должностные лица и инстанции***	***Функции по организации процесса актуализациикорпоративной системы HR-менеджмента***
1.	Первый руководитель организации	
2.	Служба персонала	
3.	Финансовая служба	
4.	Руководители структурных подразделений	

24. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив основные ПВЛК (профессионально важные личностные качества), необходимые указанным в левой графе категориям сотрудников:

№№ п.п.	***Категории сотрудников***	***Необходимые ПВЛК***
1.	Менеджер по продажам	
2.	Специалист по PR	
3.	Бухгалтер	
4.	Специалист по управленческому консультированию	

25. Заполните правую графу приведенной ниже таблицы, определив основные ПВЛК (профессионально важные личностные качества), необходимые указанным в левой графе категориям сотрудников:

№№ п.п.	***Категории сотрудников***	***Необходимые ПВЛК***
1.	Руководитель любого уровня	
2.	Специалист – разработчик инновационных продуктов (технологий, услуг и т.п.)	
3.	Технический исполнитель	

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Методы стимулирования продаж»

Направление подготовки: 38.*03.06 Торговое дело*
Профиль подготовки: *Электронная коммерция*
Квалификация выпускника: *Бакалавр*
Форма обучения: *очная*

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине....3
II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы....4
III. Тематический план....5
IV. Содержание дисциплины....6
V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины....7
VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины....14
VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине....157

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Коммерческая деятельность» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 12 августа 2020 г. № 963 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело».

Дисциплина «Методы стимулирования продаж» охватывает круг вопросов, связанных с особенностями продаж и особенностями торговой деятельности и нацелена на овладение студентами совокупностью знаний, умений, теоретическими и практическими навыками и методами в области стимулирования продаж для успешного продвижения предлагаемых товаров потребителям.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть дисциплин по выбору Б1.В.ДВ.02. Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания, умения и практический опыт применения методов стимулирования продаж для повышения эффективности торговой деятельности;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением методов стимулирования потенциальных потребителей товаров и услуг с целью развития у них внутренней мотивации к совершению покупки;
- сформировать знания, умения и практический опыт формирования эффективных коммуникаций в процессе продажи товаров и услуг.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК 3**	**ПК-3.1.** использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей	знает способы выявления потребностей покупателей для стимулирования продаж	умеет стимулировать продажи товаров при помощи ценовых и неценовых методов	имеет практический опыт прогнозирования показателей конъюнктуры товарного рынка	Контактная работа: Лекции Семинары Практикум по решению задач Ситуационный практикум Доклад-презентация Самостоятельная работа
		ПК-3.2. анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	знает направления и цели мероприятий по стимулированию продаж	умеет применять неценовые приемы стимулирования продаж	имеет практический опыт мотивации покупателей и оценки эффективности методов стимулирования продаж	
		ПК-3.3. использует современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	знает современные методы управления ассортиментом и продвижения товаров	умеет осуществлять методы стимулирования продаж в торговле	имеет практический опыт применения методов продвижения товаров к покупателю	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Методологические основы стимулирования продаж	2	2								10	Семинар/5
Тема 2. Методы стимулирования торгового персонала и торговых посредников	6	2	1	3						20	Семинар/5 Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/10 Доклад с - презентация/10
Тема 3. Способы выявления потребностей и методы стимулирования конечных потребителей	6	2	1	2						20	Семинар/5 Практикум по решению задач /10 Ситуационный практикум/10 Доклад - презентация/10
Тема 4. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию продаж	5	2	2	**2**						20	Семинар/5 Практикум по решению задач/10 Ситуационный практикум/10
Всего:	**19**	**8**	**4**	**7**						**70**	**100**
Контроль, час											**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Методологические основы стимулирования продаж

Предмет и задачи курса. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Влияние стимулирования продаж на спрос в каналах дистрибьюции. Влияние стимулирования продаж на спрос конечных покупателей. Технологии и инструменты для стимулирования продаж. Значение стимулирования продаж в обеспечении конкурентных преимуществ торговому предприятию. Современные тенденции в стимулировании продаж: инструменты в интернет.

Тема 2. Методы стимулирования торгового персонала и торговых посредников

Неценовые методы стимулирования торгового персонала. Цели стимулирования торговых посредников. Ценовые методы стимулирования торговых посредников. Неценовые методы стимулирования торговых посредников. Цели стимулирования торгового персонала. Ценовые методы стимулирования торгового персонала.

Тема 3. Способы выявления потребностей и методы стимулирования конечных потребителей

Цели стимулирования конечных потребителей. Ценовые методы стимулирования конечных потребителей. Неценовые методы стимулирования конечных потребителей. Общее восприятие методов стимулирования продаж различными целевыми группами конечных потребителей.

Тема 4. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию продаж

Разработка программы стимулирования продаж. Показатели оценки эффективности стимулирования продаж. Методы оценки эффективности стимулирования продаж. Формы ответственности торгового персонала.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинар, практикум по решению задач, ситуационный практикум, доклад-презентация, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к зачету с оценкой.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины. Способствуют формированию умения самостоятельного поиска, обобщения и анализа информации, навыков выступать, мыслить логически, аргументировано излагать сою точку зрения по обсуждаемому вопросу, критически оценивать выступления остальных участников, развивать культуру ведения дискуссии.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции,

делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов согруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по подготовке и участию в дискуссии на семинаре

Дискуссия – целенаправленное обсуждение конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями между двумя и более лицами.

Задача дискуссии – обнаружить различия в понимании вопроса и в споре установить истину. Дискуссии могут быть свободными и управляемыми.

К технике управляемой дискуссии относятся: четкое определение цели, прогнозирование реакции оппонентов, планирование своего поведения, ограничение времени на выступления и их заданная очередность.

Групповая дискуссия. Для проведения такой дискуссии все обучающиеся, присутствующие на практическом занятии, разбиваются на небольшие подгруппы, которые обсуждают те или иные вопросы, входящие в тему занятия.

Обсуждение может организовываться двояко: либо все подгруппы анализируют один и тот же вопрос, либо какая-то крупная тема разбивается на отдельные задания.

Для проведения дискуссии необходимо:

1. Выбрать тему дискуссии, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.

2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.

3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.

4. Подобрать литературу.

5. Выписать тезисы.

6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

В ходе выполнения решения задач необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов по решению задач

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, правильное оформление рисунков.

Порядок проведения практикума по решению задач

Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

Выполнение заданий практикума.

1. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.
2. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, цель которого состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и устного изложения собственных мыслей. Использование кейс - метода направлено на формирование умений мыслительной деятельности, способности воспринимать поток информации, оценивать условия и факторы осуществления торговой деятельности в практических ситуациях развития торгового дела

Ситуационный практикум должен содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках курса, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

1. Элементы содержания ситуационного практикума:
2. Выделение основной проблемы;
3. Краткая формулировка собственного взгляда, видения проблемы;
4. Анализ различных научных взглядов экономистов, психологов, социологов, политиков, писателей и др. на данную проблемы;
5. Авторский вывод из приведенных суждений (авторская позиция).

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию,

монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Подготовка доклада с презентацией

Подготовка докладов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Доклады должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Презентация к докладу состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы доклада, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при подготовке доклада.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Методологические основы стимулирования продаж	Значение стимулирования продаж в обеспечении конкурентных преимуществ торговому предприятию. Современные тенденции в стимулировании продаж: инструменты в интернет.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару	Семинар
Тема 2. Методы стимулирование торгового персонала и торговых посредников	Цели стимулирования торгового персонала. Ценовые методы стимулирования торгового персонала.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к ситуационному практикуму. Подготовка доклада с презентацией	Семинар Отчет по практикуму по решению задач Отчет по ситуационному практикуму Доклад - презентация

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоятельной работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 3. Способы выявления потребностей и методы стимулирования конечных потребителей	Общее восприятие методов стимулирования продаж различными целевыми группами конечных потребителей.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к ситуационному практикуму. Подготовка доклада с презентацией	Семинар Отчет по практикуму по решению задач Отчет по ситуационному практикуму Доклад - презентация
Тема 4. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию продаж и прогнозирование	Формы ответственности торгового персонала.	Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка к семинару, подготовка к практикуму по решению задач, подготовка к ситуационному практикуму.	Семинар Отчет по практикуму по решению задач Отчет по ситуационному практикуму

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия: учебник / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк, В.В. Лукашевич; под ред. Т.Н. Парамоновой. – 2-е изд., стер. – М.: Дашков и К°, 2020. – 283 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573164
2. Голова, А.Г. Управление продажами: учебник / А.Г. Голова. – М.: Дашков и К°, 2017. – 279 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767

Дополнительная литература

1. Памбухчиянц, О.В. Технология розничной торговли: учебник / О.В. Памбухчиянц. – 9-е изд. – М.: Дашков и К°, 2019. – 288 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116036
2. Цахаев, Р.К. Маркетинг: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – М.: Дашков и К°, 2020. – 550 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Министерство промышленности и торговли Официальный сайт	http://minpromtorg.gov.ru/
2.	Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт	http://www.gks/ru
3.	Торгово-промышленная палата РФ Официальный сайт	https://tpprf.ru/ru/
4.	Некоммерческое партнерство «Гильдия маркетологов» Официальный сайт	https://www.marketologi.ru/
5.	Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования»	https://www.grebennikoff.ru/product/3/
6.	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»	http://www.mavriz.ru/
7.	Журнал «Практический маркетинг»	https://bci-marketing.ru/
8.	Журнал «Управление магазином»	http://www.trademanagement.ru/
9.	Журнал «Проблемы современной экономики»	http://www.m-economy.ru/issues.php
10.	Онлайн журнал «Секрет фирмы». Электронный ресурс	https://secretmag.ru/
11.	Журнал «Современная конкуренция»	http://moderncompetition.ru/r/about/events/
13.	Материалы по вопросам управления маркетингом	http://management-marketing.ru
14	Новости и технологии торгового бизнеса.	http://www.torgrus.ru
15	Портал RITAILER.RU – ежедневные новости	https://retailer.ru/
16.	Консалтинговое анентство РосБизнес Консалтинг Официальный сайт	http://www.rbc.ru
17.	Сайт «Корпоративный менеджмент»	http://www.marketch.ru/
18	Официальный сайт бизнес-консультантов К. и Р. Канаян	http://www.kanayan.biz/

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий.

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического

обслуживания учебного оборудования;

- мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональный компьютер, мультимедийное оборудование (проектор, экран), наглядные пособия;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1	Ситуационный практикум	10-9 баллов – участники мини-группы правильно и аргументировано представили решение кейса, активное участие в последующей дискуссии; 8-6 баллов – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили результаты работы, в последующей дискуссии принимали активное участие; 5-3 балла – участники мини-группы, в целом правильно, но не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии принимали не слишком активное 2-1 балла - участники мини-группы, не достаточно аргументировано представили проект коммерческой деятельности, в последующей дискуссии не принимали участие
2	Доклад с презентацией	«10-9» – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование коммерческой терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «8-7» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование терминологии дисциплины и изложение проблематики, докладчик частично правильно ответил на вопросы; «6-5» – доклад выполнен в основном в соответствии с требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, докладчик был «привязан» к тексту и испытывал затруднения при ответах на задаваемые вопросы; «4-3» – доклад выполнен не в соответствии с

		требованиями, не все слайды презентации правильно оформлены, грамотное использование и, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик был «привязан» к тексту, частично правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии; «2-1» – некорректное оформление либо отсутствие презентации, докладчик не смог ответить на задаваемые вопросы.
3	Практикум по решению задач	Распределение баллов в зависимости от решения количества и сложности задач – от 1 до 10 баллов. Отчет по практикуму 10-9 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет. 8-5 – практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета. 4-1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки, не все задания решены. 0 - практикум не выполнен.
4	Семинар	«5-4» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 5-4 выступлений, точка зрения аргументирована и обоснована; «3-2» распределение баллов в зависимости от активности участия в дискуссии, обсуждение 3-2 выступлений, ответы построены в основном логично и обосновано, но точка зрения не достаточно аргументирована «2-1» – обсуждение 1 выступления, ответы построены в основном логично, но недостаточная аргументация.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к теме 1.

Вопросы к семинарскому занятию № 1

1. Место методов стимулирования продаж в коммерческой деятельности торговых предприятий.
2. Роль стимулирования продаж в деятельности торговых предприятий.
3. Факторы, влияющие на методы стимулирование продаж.
4. Субъекты стимулирования.
5. Объекты стимулирования.

Типовые задания к теме 2.

Вопросы к семинарскому занятию № 2

1. Значение стимулирования продаж в оптовой торговле.
2. Стимулирование продаж в дилерской сети.
3. Стимулирование торгового персонала на предприятиях розничной торговли.
4. Преимущества и недостатки основных методов стимулирования торгового персонала.

Практикум по решению задач

Задача 1

Издательство «Счастливый школьник» выпускает общие тетради серии «Пейзажи». Они отличаются от других тетрадей тем, что имеют прошитый нитками переплет, визуально похожий на клеевой (при клеевом переплете страницы часто выпадают). Маркетинговые исследования, проведенные отделом маркетинга и сбыта, показали, что именно поэтому тетради серии «Пейзажи» раскупаются очень плохо, и многие посредники отказываются их принимать. Издательству следует убедить потенциальных покупателей в том, что тетради «Белорусского Дома печати» прошиты прочными капроновыми нитками, хоть и выглядят как «на клею». Каким образом это можно сделать с помощью неценовых методов стимулирования продаж?

Задача 2

Предложите мероприятия по стимулированию продаж для предприятия-производителя бытовой техники (микроволновых печей, телевизоров, стиральных машин, холодильников). Предприятие работает в Центральном Федеральном округе. Его доля рынка составляет 23%. На рынке существуют прямые конкуренты – предприятия «А» и «Б», имеющие долю рынка соответственно 25% и 20%. Рынок насыщен аналогичными товарами. Потребители вполне платежеспособны. Оставшуюся емкость рынка занимают мелкие компании, которые продают аналогичную технику других производителей. Уровень цен у нашего предприятия выше, чем у мелких торговых предприятий и конкурента «Б», но ниже, чем у конкурента «А». Качественные параметры предлагаемых товаров однородны. Предприятие имеет отдел маркетинга, состоящий из квалифицированных и опытных специалистов.

Задача 3

Предприятие анализирует три системы оплаты труда менеджеров по продажам, перечисленных ниже.

Система 1: предложить каждому менеджеру 10% комиссионных за ежегодные продажи на сумму до 250 млн. руб. и 12% за продажи свыше250 млн.руб.

Система 2: предложить каждому менеджеру оклад 120 000 рублей ежегодно и 5% комиссионных со своего годового объема продаж.

Система 3: предложить каждому менеджеру оклад 250 000 рублей ежегодно и 4% комиссионных с объема продаж свыше 250 млн.рублей (если свыше, то 4% от разницы).

Прогнозируемый объем продаж на следующий год представлен в таблице.

Менеджер №	Прогнозируемый объем продаж на следующий год
1	300 000 руб.
2	270 000 руб.
3	190 000 руб.
4	290 000 руб.
5	225 000 руб.
6	325 000 руб.
7	310 000 руб.

Определить:

1) какая система наиболее дорогостоящая и какая наименее?

2) являются ли финансовые издержки единственным фактором, который должно рассмотреть предприятие при формировании системы оплаты труда?

Задача 4

«Краснодарский соус», предлагаемый компанией «КрасноДар», - это один из тех продуктов, которые редко используются, хотя у многих людей можно с большой вероятностью обнаружить его где-нибудь в глубине кухонного буфета. Однако привычные блюда стали бы вкуснее, если добавить в них немного этого соуса. Только вот потребители об этом не знают.

Агентство «Ловелл Вэсс» взялось решить эту задачу с помощью многоуровневой промо-кампании. Информацию, полученную от участников предыдущих промо-акций, сравнили с базой данных по стилям жизни и определили целевую аудиторию, которая включала два миллиона домохозяйств. Этим потребителям был предложен мини-набор, состоявший из образца соуса, купона, дающего скидку в 10 % при очередной покупке, и возможности бесплатно заказать по почте книжку с кулинарными рецептами.

Уровень ответной реакции по купонам составил 10%, а по книге с кулинарными рецептами - 6%. Те, кто заказал книгу, получили дополнительный купон, дающий скидку при следующей покупке. Кроме того, их попросили заполнить Анкету с вопросами, касающимися стиля жизни потребителей. Уровень ответной реакции на анкету достиг 25%. Полученная информация стала важным подспорьем при планировании дальнейших промо-акций.

Сэмплинг по месту жительства, купоны на получение скидки при следующей покупке, книга кулинарных рецептов в качестве стимула для ответа - все это стандартные методы стимулирования, разумная интеграция которых стала отличительной чертой этой промо-кампании. Также она характеризуется использованием сравнительного анализа различных баз

данных, позволившего точно определить целевую аудиторию на различных этапах промо-кампании.

Вопросы:

1. Какие альтернативные средства распространения купонов мог использовать производитель марки «Краснодарский соус» и какие преимущества или недостатки имеются у них по сравнению с выбранным способом?
2. Какие факторы Вы приняли бы во внимание при определении количества
доказательств покупки, требуемого для получения бесплатной книги кулинарных рецептов?

Ситуационный практикум

Давно известная торговая марка меда «Гэйлс», принадлежавшая компании «Нестле», столкнулась с серьезными трудностями при сбыте. Дело в том, что она и так была дороже на 15%, чем другие марки меда, и к тому же существовала тенденция к дальнейшему росту ее цены. А для потребителей мед был... всего лишь медом. Спрос сокращался, популярность торговой марки у потребителей падала, крупные супермаркеты грозились исключить ее из ассортимента, а в рекламном бюджете денег было немного. В краткосрочном периоде эффект могло бы дать снижение цены, но этот метод не дал бы долгосрочного преимущества над другими торговыми марками. Что же можно было сделать в этом случае?

Менеджер, отвечавший за эту торговую марку, передал в агентство по стимулированию сбыта «SMP», работавшее на компанию «Нестле», длинный список задач, которые предстояло выполнить. Нужно было замедлить темпы сокращения уровня продаж, избежать исключения торговой марки из ассортимента крупных магазинов, придумать систему купонов для упаковки, увеличить дистрибуцию, стимулировать покупки в больших объемах и укрепить лояльное отношение потребителей. Кроме того, бренд-менеджер торговой марки жестко контролировал все расходы на промо-кампанию. В этом списке задач было буквально все, но все задачи в итоге сводились к одному: заинтересовать потребителей торговой марки «Гэйлс» в совершении дальнейших покупок. Правда, при одном существенном ограничении: расходы должны были соответствовать возможностям бюджета.

Для тех, кто занимается стимулированием сбыта, большую проблему представляет выявить пожелания клиента. В этом заключалась первая часть работы, которую предстояло выполнить агентству. В качестве основного стимула был взят купон, по которому предлагалась скидка в 20 % со следующей покупки, что, по мысли агентства, должно было увеличить объем продаж. Это испытанное и проверенное средство стимулирования повторной покупки, но, правда, и не вызывающее особых симпатий. К тому же довольно дорогое. Так что агентству пришлось изрядно поломать голову над тем, как усовершенствовать этот метод стимулирования.

Купон на упаковке, дающий скидку в 20 %, был напечатан на прорезиненной поверхности. Ее можно было стереть, и, если повезет, выиграть возможность бесплатно выбрать товары на сумму 300 рублей. Потребители столкнулись с интересным выбором, возможностью выбрать товары на сумму 300 рублей или получить гарантированную скидку в 20 %, так как при стирании защитного слоя скидка становилась недействительной. Проблема состояла в том, что большинству потребителей, которые польстились на возможностью выбрать товары на сумму 300 рублей, но ничего не получили, надо было что-нибудь взамен. Поэтому на купонах, не содержавших выигрыша, напечатали логотип с пчелиным ульем, такие купоны можно было собирать, чтобы потом обменять на различные сувениры из керамики.

Предложенный метод оказался эффективным. Уровень дистрибуции увеличился с 80 до 85%, исключения из ассортимента удалось избежать, продажи увеличились на 15%, а уровень ответной реакции по купонам не превысил запланированных 2%. Кроме того, удалось значительно увеличить объем базы данных за счет тех потребителей, которые собирали купоны для обмена на сувениры.

Придумать стандартное предложение, заключающееся в 20-ти процентной скидке при следующей покупке, было нетрудно. Но торговой марке «Гэйлс» удалось выполнить все поставленные задачи, не только предложив потребителям возможность выбрать товары на сумму 300 рублей, но и предоставив им дополнительную возможность получить утешительный подарок.

Задание компании «Нестле» было всего лишь списком пожеланий, а промо-кампания оказалась очень хорошо продуманным ответом на вопрос «Что и от кого я хочу?».

Вопросы:

1. Если бы в задание для торговой марки «Гэйлс» был включен пункт о привлечении новых потребителей, какой метод стимулирования оказался бы наиболее подходящим для этого случая?
2. Какое воздействие оказала на качество отношений между компанией и ее клиентами
эта промо-акция?
3. В каком отношении эта промо-акция была и стратегической и тактической?

Примерные темы докладов:

1. Стимулирование продаж в деятельности торгового предприятия.
2. Основные направления развития стимулирования продаж.
3. Основные тенденции развития стимулирования продаж в зарубежной торговле.
4. Стимулирование продаж в оптовой торговле.
5. Значение выставок и ярмарок в стимулировании продаж.

6. Современные информационные технологии в стимулировании продаж.
7. Классификация методов стимулирования продаж и ее значение.
8. Стратегии стимулирования продаж.

Типовые задания к теме 3.

Вопросы к семинарскому занятию № 3

1. Виды взаимодействия с покупателем в торговом зале.
2. Преимущества и недостатки основных методов стимулирования конечных потребителей.
3. Законодательные ограничения отдельных неценовых методов стимулирования конечных потребителей.
4. Тенденция развития методов стимулирования конечных потребителей.

Практикум по решению задач

Задача 1

Из приведённых целей стимулирования сбыта установите, какие цели относятся к стратегическим, специфическим, разовым:

Виды целей стимулирования	Цели стимулирования
А - стратегические, Б – специфические, В - разовые.	1. Извлечение выгоды из ежегодных событий (Рождество, Новый год и т.д.) 2. Оживление продажи товара, сбыт которого переживает застой. 3. Использование отдельной благоприятной возможности (годовщина создания фирмы) 4. Поддержание рекламной кампании 5. Увеличение числа потребителей 6. Выполнение показателей плана продаж 7. Оказание противодействия возникшим конкурентам 8. Ускорение продажи наиболее выгодного товара 9. Увеличение оборота до показателей, намеченных в плане продаж 10. Придание регулярности продажам сезонного товара 11. Оживление интереса к товару со стороны потребителей 12. Увеличение количества товара, покупаемое каждым потребителем 13. Избавление от излишних запасов

Задача 2

В отдел принадлежностей для сада и огорода магазина «Все с сад!»

поступила большая партия лопат для уборки снега. Однако, несмотря на прогнозы синоптиков, зима оказалась бесснежной, и на данную продукцию не было спроса. Предложите неценовые методы стимулирования продаж, в том числе изменение позиционирования товара.

Задача 3

Владелец ювелирного магазина «Колье» в целях увеличения продаж решил объединить маркетинговые усилия с кафе «Десерт», находящемся в том же торговом центре. Обслуживающий персонал кафе сообщил, что основная часть посетителей – это молодые пары; кроме того, романтический интерьер кафе способствует тому, что там часто дарят друг другу подарки и даже делают предложения руки и сердца. Какие совместные мероприятия по стимулированию продаж могут провести ювелирный магазин и кафе (ценовые, неценовые, активные)? Насколько они будут экономически обоснованы?

Задача 4

Розничная торговая сеть решает организовать промоакцию для увеличения продаж стиральных порошков в форме ценовой скидки. На настоящий момент продажи составляют 150 000 единиц по цене 38,50 руб. Скидка составляет 10%. На какой процент должны увеличиться продажи, чтобы оборот остался таким же?

Ситуационный практикум

Директор магазин «Туфелька», в ассортименте которого представлена недорогая обувь среднего качества, поставил перед торговым персоналом цель увеличить уровень продаж на 25% в июле. Он считает, что наилучший способ достижения поставленной цели - проведение промоакции.

Исходные данные:

- средняя цена единицы продукции 2 500 руб.
- объем продаж в месяц до проведения промо-акции – 1000 шт.
- маржинальная прибыль 20%.

В январе следующего года директор решил расширить цели проведения промо-акции - увеличить объем продаж на 25% во время проведения акции (один месяц) и на 10% в течение последующих 11 месяцев.

Вопросы:

1. Рассчитайте максимально возможную сумму, которую может позволить себе потратить директор магазина «Туфелька» на проведение промо-акции в июле 2015 года, при условии, что прибыль обязательно в данном месяце должна вырасти на 15%.
2. Рассчитайте, какую сумму средств руководитель может выделить на премиальный фонд торговому персоналу магазина, для того, чтобы простимулировать их к увеличению ежемесячного объема продаж после

проведения промоакции в январе следующего года на 10%. Объем средств, затраченных в январе на проведение промо-акции, будет таким же, как и в июле прошедшего года. Желаемое увеличение годового объема прибыли – на 5%.

3. Предложите возможные сценарии проведения промо-акции для магазина «Туфелька».

Примерные темы докладов:

1. Основные тенденции развития стимулирования продаж в российских розничных торговых сетях.
2. Значение мерчендайзинга в стимулировании продаж.
3. Сэмплинг: понятие, сущность, применение.
4. Анализ и характеристика мероприятий прямого воздействия с покупателем.
5. Роль SMS и электронной почты в стимулировании продаж.
6. Основные статьи расходов и доходов бюджета стимулирования продаж.
7. Принципы формирования бюджета стимулирования продаж.
8. Финансирование проведения мероприятий по стимулированию продаж.
9. Оценка стимулирования продаж в торговле.
10. Значение и задачи контроля мероприятий по стимулированию продаж.

Типовые задания к теме 4.

Вопросы к семинарскому занятию № 4

1. Понятие эффективности в сфере стимулирования продаж.
2. Цель и расчетные показатели эффективности в сфере стимулирования продаж.
3. Создание системы стимулирования продаж и ее этапы.
4. Формирование бюджета стимулирования продаж.
5. Алгоритм реализации промо – мероприятия и оценка его эффективности.
6. Влияние мероприятий по стимулированию продаж на прогнозирование и формирование спроса.

Практикум по решению задач

Задача 1.

Руководство компании «Августина» решило провести промоакцию с целью ознакомления целевой аудитории (женщины в возрасте от 28-45 лет с уровнем дохода не ниже среднего) со своим новым продуктом - компактной крем-пудрой, которая создает естественное безупречное покрытие, маскирует несовершенства, при этом оставляя ощущения свежести и легкости на лице. Было решено, что промо-акция будет представлять собой презентации с наглядной демонстрацией продукта в магазинах. Принято

решение организовать тендер на поиск маркетингового агентства. Были выдвинуты следующие условия для потенциальных подрядчиков:

1. Отделом маркетинга компании было рассчитано, что для достижения желаемого результата необходимо охватить не менее 150 000 представителей целевой аудитории.
2. Общее количество торговых точек в регионе, где реализуется косметика компании «Августина» - 150.
3. Запланированный бюджет акции 2 500 тыс. руб.

В тендере приняло участие пять потенциальных подрядчиков, которые выступили с предложениями, представленными в таблице 1.

Таблица 1

Исходные данные

Характеристики предложения	Рекламное агентство «Ветер»	Рекламное агентство «Луч»	Рекламное агентство «Альфа»	Рекламное агентство «Стрела»	Рекламное агентство «Снег»
Бюджет,тыс.руб.	1 900	2 224	2 100	2 300	1 950
Количество охваченных торговых точек, шт.	125	120	120	150	130
Количество презентации продукта	17 500	25 200	21 500	30 000	20 000
Ожидаемое количество человек, присутствующих на одной презентации	10	10	7	10	10

Рассчитайте следующие показатели:

- стоимость проведения промоакции в расчете на одну торговую точку,
- стоимость одной презентации,
- стоимость одного контакта.

Результаты расчетов представьте в виде таблицы 2.

Таблица 2

Таблица для заполнения

Характеристики предложения	Рекламное агентство «Ветер»	Рекламное агентство «Луч»	Рекламное агентство «Альфа»	Рекламное агентство «Стрела»	Рекламное агентство «Снег»
Стоимость в расчете на 1 торговую точку, руб.					

Стоимость одной презентации, руб.					
Стоимость одного контакта, руб.					

3. На основе проведенных расчетов примите решение, с каким из рекламных агентств руководству компании «Августина» необходимо заключить контракт на проведение промо-акции.

Задача 2.

Объем продаж растворимого кофе марки «YYY» в магазине до промоакции составил 835 000 рублей. Во время акции выручка от продажи растворимого кофе марки «YYY» увеличилась на 35%. После окончания промоакции выручка от продажи растворимого кофе марки «YYY» составила 668 000 рублей. Через 3 месяца после окончания промоакции выручка от продажи растворимого кофе марки увеличилась на 28% по сравнению с объемом продаж после окончания промоакции.
Была ли эффективной промоакция?

Задача 3.

Проанализируйте данные, представленные в таблице, и определите уровень эффективности промоакции.

Результаты промоакции в магазине

Показатели	До акции	Во время акции	После акции
Конверсия, %	77	89	92
Покупатели, чел	4 958	5 805	4 584
Кол-во чеков	3 847	5 191	4 236
Средний чек, руб	1 686	1 770	1 567
Выручка с 1 кв/м^2	9 980	14 136	10 212
Площадь магазина	650	650	650
Выручка, руб	6 487 000	9 189 000	6 638 000

Задача 4. Определите показатели эффективности дисконтной программы обувного магазина по данным, представленным в таблице.

Показатели	До акции	После акции
Объем продаж карт, ед	2 127 351	2 842 090
Общее количество покупателей, чел	8176	8585
Коэффициент импульсивности		
Доля покупателей, совершивших покупку с картой, %	-	35
Доля покупателей, не совершивших покупку с кар-	-	65

той, %		
Коэффициент покупки товаров		
Общее количество покупателей	8 176	8 585
Коэффициент подхода посетителей в магазин		

Ситуационный практикум

В апреле специалистами коммерческого отдела РТС «Детский мир» были организованы промоакции различных товаров со скидками (от 10% до 80% в зависимости от вида товара. Акция имела рекламную поддержку на радио, телевидении, в метро, в печатных изданиях.

Цели проведения промоакции:

1. Увеличить количество посетителей магазинов сети;
2. Увеличить объемы продаж товаров, на которые введены скидки;
3. Увеличить объемы продаж товаров, на которые не введены скидки, благодаря тому, что увеличится количество посетителей магазинов и они будут покупать не только товары, на которые существуют скидки, но и другие, на которые нет скидок;

Для того чтобы проводимая акция обеспечила выполнение поставленных целей, необходимо было провести рекламную кампанию по оповещению покупателей.

Были выбраны рекламные средства, представленные ниже.

Реклама на радио «Европа плюс». Стоимость рекламы: 12000 руб. / мин. Длительность рекламного сообщения - 30 сек., эти сообщения транслировались 8 раз в день на протяжении всего месяца

Реклама на «Авто-радио». Стоимость рекламы: 15000 руб. / мин. Длительность рекламного сообщения - 30 сек., эти сообщения транслировались 4 раза в день на протяжении всего месяца

Реклама на радио «Комсомольская правда». Стоимость рекламы: 18000 руб. / мин. Длительность рекламного сообщения - 20 сек., эти сообщения транслировались 1 раз в день на протяжении всего месяца

Реклама в виде стикеров в вагонах метро. Реклама в метро применялась из-за того, что в метро ездит очень большая часть москвичей и гостей столицы. Стоимость рекламы (в среднем): 900 рублей в месяц за одно рекламное место, были куплены 2 комплекта по 200 рекламных мест в каждом

Реклама в виде сити-билбордов. Размещение рекламы на сити-билборде сроком на один месяц стоит 50500 рублей. Рядом с 20-тю станциями метро были позиционированы 2 щита.

Реклама в журнале «Счастливые родители». Стоимость одного крупного объявления – 30000 руб., сообщения размещались каждую неделю апреля.

Изготовление и распространение рекламных объявлений о распродаже в магазинах РТС «Детский мир», а также установка рекламных щитов около магазинов – 200 000 руб.

Оплата «Агентству рекламных технологий» за создание рекламных радироликов и консультации – 500 000 руб.

В результате проведения в РТС «Детский мир» промоакции и информирующей о ней рекламной кампании товарооборот в апреле составил 163 904 000 руб., тогда как в марте он был равен 99 701 000 руб.

Средняя торговая наценка уменьшилась с 17% (такой она была в марте) до 12%.

1. Посчитайте общую сумму затрат РТС «Детский мир» на рекламную кампанию промоакции.
2. Посчитайте дополнительный товарооборот в результате акции по продвижению
3. Оцените эффективность проведенной промоакции.
4. Посчитайте полученный дополнительно валовой доход.
5. Посчитайте экономический эффект промоакции.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Методы стимулирования продаж» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку	Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: 1 вопрос: 0-30; 2 вопрос: 0-30; 3 вопрос: 0-40 **– 90-100 (зачтено**) – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **– 70 - 89 (зачтено)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный резуль-

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	тат. **– 50-69 (зачтено)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. **– менее 50 баллов (не зачтено)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Понятие стимулирования продаж. Содержание стимулирования продаж.
2. Цели стимулирования продаж.
3. Основные факторы, влияющие на принимаемое решение о покупке.
4. Психологические и экономические факторы, способствующие принятию решения о покупке.
5. Особенности покупательского спроса на основные товарные группы.
6. Прогнозирование и формирование спроса на основе восприятий и ощущений.
7. Классификация методов стимулирования продаж.
8. Особенности стимулирования продаж продукции производственного назначения.
9. Методы стимулирования продаж, ориентированные на потребителей.
10. Ценовые методы стимулирования конечных потребителей.
11. Неценовые методы стимулирования конечных потребителей.
12. Ценовые методы стимулирования торговых посредников.
13. Неценовые методы стимулирования торговых посредников.
14. Методы стимулирования торгового персонала.
15. Роль выставок в стимулировании продаж
16. Понятие мерчандайзинга и его место в стимулировании продаж.
17. Цели и задачи мерчандайзинга. Основные функции мерчандайзинга.
18. Правила мерчандайзинга.
19. Выкладка товаров. Ее виды, задачи и назначение. Критерии выкладки товаров.
20. Значение стандарта мерчендайзинга торгового предприятия в стимулировании продаж. Структура стандарта мерчендайзинга.
21. Планирование и реализация мероприятий по стимулированию продаж.
22. Показатели эффективности использования методов стимулирования продаж.
23. Эффективность выставочной деятельности.
24. Эффективность мерчендайзинга.
25. Организация стимулирования продаж в Интернете.

Задания 2-го типа

1. Назовите нормативные акты, регулирующие мероприятия по стимулированию продаж.
2. Назовите методы стимулирования сотрудников отдела продаж предприятия-производителя парфюмерно-косметических товаров.
3. Назовите виды скидок, которые предоставляются торговым посредникам.
4. Назовите неценовые методы стимулирования торговых посредников.
5. Назовите преимущества и недостатки предоставления бесплатных образцов.
6. Назовите виды скидок, которые предоставляются покупателям в магазине.
7. Назовите преимущества и недостатки предоставления скидок с цены покупателям в магазине.
8. Назовите преимущества и недостатки купонов.
9. Назовите преимущества и недостатки гарантированного возврата и продажи товаров в кредит.
10. В чем заключаются обязанности персонала на стенде при проведении выставки?
11. В чем состоят основные принципы работы стендиста с посетителями?
12. Как экспонент изучает потребности и спрос на выставке и ярмарке?
13. Как применяются методы количественной оценки эффективности участия коммерческой организации в выставке.
14. Как можно оценить коммуникативную эффективность участия экспонента в выставке?
15. Какие виды импульсных покупок Вам известны? Приведите примеры.
16. Каковы особенности поведения мужчин и женщин в торговом зале? В чем состоят их основные отличия?
17. Как отличается поведение покупателей в зависимости от уровня их доходов?
18. В чем заключается правило «Золотого треугольника»?
19. Расскажите в чем заключается применение визуального мерчендайзинга.
20. Расскажите, в чем заключается применение перекрестного мерчендайзинга в торговом зале.
21. Расскажите, в чем заключается применение технического мерчендайзинга в торговом зале.
22. В чем заключается зависимость продаж от положения на полках?
23. Назовите уровни выкладки и правила выкладки.
24. В чем заключаются особенности применения видов выкладки?
25. Назовите действия мерчендайзера в торговом зале.

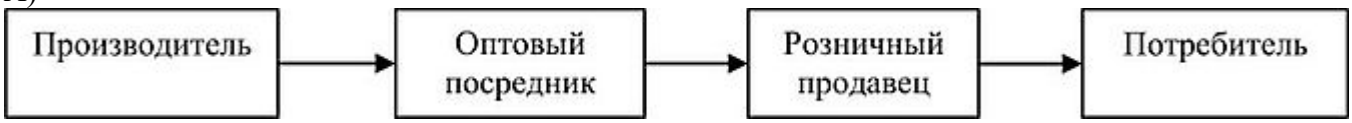
Задания 3-го типа

1. Выберите методы стимулирования товаров, не прибегая к ценовым мероприятиям:
- набор кухонной посуды;
- колготки детские;
- носки мужские;
- средство для мытья посуды «Капля».

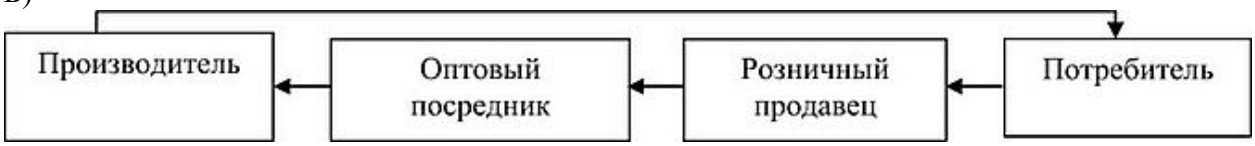
2. Покупатель совершил покупку в вашем магазине: колготки детские 2 пары по цене 99 руб. каждая, средство для мытья посуды «Капля» - 1 шт. за 39 руб. У покупателя имеется дисконтная карта вашего магазина, дающая право на скидку в размере 4% (округляем до целых). Покупатель расплатился купюрой номиналом 500 руб.
Рассчитайте стоимость покупки с учетом скидки.

3. Определите на каком рисунке представлена:
- стратегия продвижения «pull» («вытягивания»)
- стратегия продвижения «push» («протолкивания»)

А)



Б)



Дайте характеристику стратегии «push» и стратегии «pull». В чем их преимущества и недостатки, сходство и различия?

4. Объем товарооборота бакалейных товаров магазине до промоакции составил 900 000 рублей. Во время акции выручка от продажи увеличилась на 45%. После окончания промоакции (предоставление скидки) выручка от продажи бакалейных товаров снизилась на 32% . Через 2 месяца после окончания промоакции выручка от продажи бакалейных товаров увеличилась на 8% по сравнению с объемом продаж до окончания промоакции. Можно считать проакцию эффективной?

5. До промоакции в магазин ежедневно заходили 700 человек. После окончания промоакции количество посетителей в магазине увеличилось до 880 человек в день. Определите коэффициент подхода посетителей в магазин.

6. Рассчитайте коэффициент покупки. В течение дня торговый центр посетили 2008 человек, в магазин «Товары для хозяюшки» зашли 590 человек, из которых 248 купили предлагаемые товары.

7. На рисунках представьте горизонтальную, вертикальную, блочную и корпоративную выкладку. Дайте пояснения к рисунку.

1)

1
2
3
4
5

2)

1
2
3
4
5

3)

1
2
3
4
5

4)

1
2
3
4
5

8. Расположите товары в соответствии с правилом «воображаемой оправы» (товарная категория выбирается студентом). Дайте пояснения к рисунку.

1	2	3	4	5

9. Расположите товары в соответствии с концепцией «крепкий орешек» (товарная категория выбирается студентом). Дайте пояснения к рисунку.

1	2	3	4	5	6	7

10. Расположите товары в соответствии с концепцией «стены крепости» (товарная категория выбирается студентом). Дайте пояснения к рисунку.

1	2	3	4	5	6	7

11. Назовите правила размещения товаров, представленные на рисунках. Дайте пояснения к рисункам.

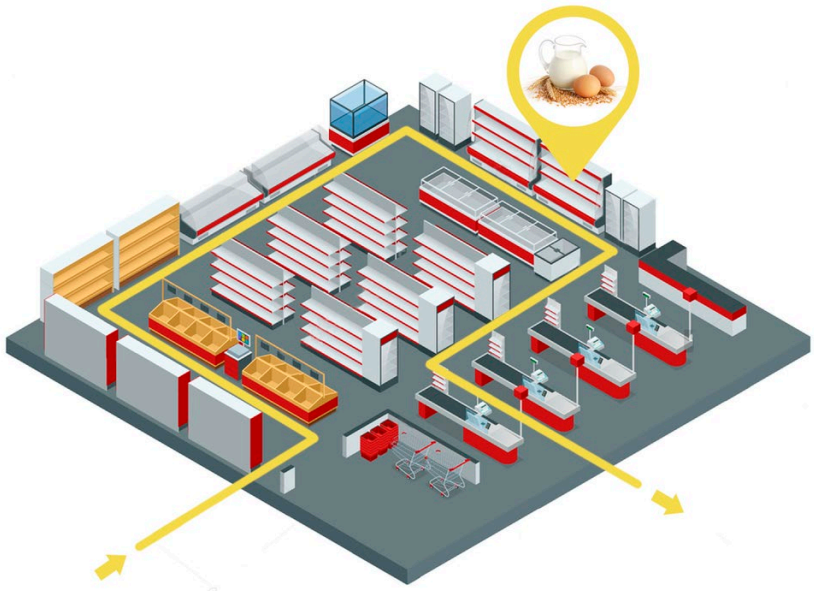


Рисунок 1

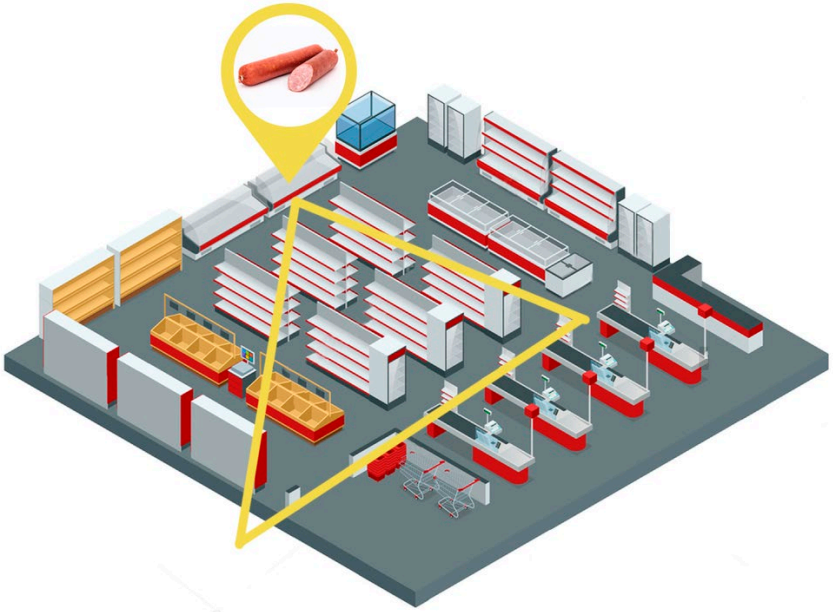


Рисунок 2



Рисунок 3

12. Расскажите о правилах выкладки товаров, представленных на рисунке.

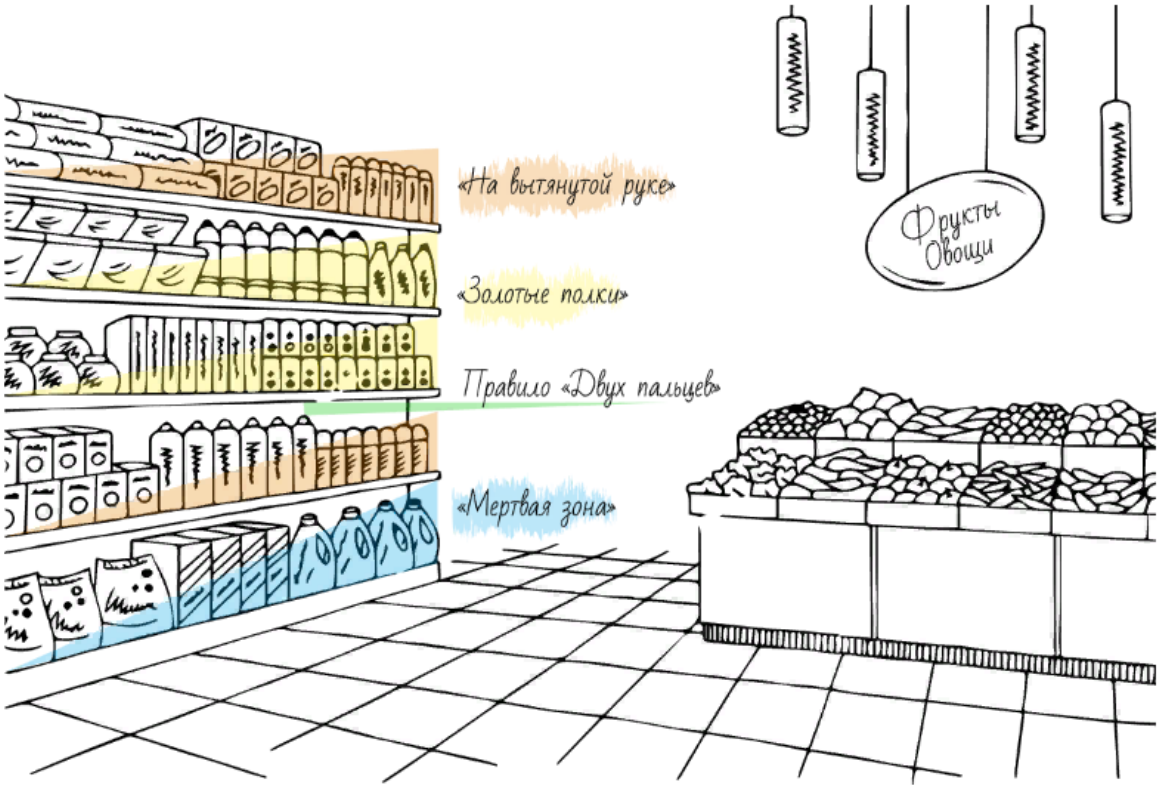


Рисунок. Правила выкладки товаров

13. Рассчитайте экономическую эффективность участия в выставке ООО «Развитие», если его затраты составили 1,5 млн. руб., а прибыль от реализации товаров увеличилась на 1,2 млн. руб. Целесообразно ли участие ООО в выставке? Ответ аргументируйте.

14. На стенд Вашей компании зашел посетитель, заинтересованный в контакте именно с Вашей компанией, но до поры до времени он не спешит показывать свою заинтересованность. Ваша тактика поведения? Опишите основные задачи, которые необходимо выполнить.

15. На стенд Вашей компании зашел посетитель, фирме которого интересна тематика выставки. Он отправился на нее разузнать «кто и что», собрать максимум информации и передать руководству. Ваша тактика поведения? Опишите основные задачи, которые необходимо выполнить.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Продвижение товаров и услуг в социальных сетях»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4

III. Тематический план.....6

IV. Содержание дисциплины.....7

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....8

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....19

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....21

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Продвижение товаров и услуг в социальных сетях» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Продвижение товаров и услуг в социальных сетях» имеет большое значение для подготовки выпускников высшей квалификации в области торгового дела и ориентирована на получение обучающимися знаний о комплексе вопросов, в совокупности составляющих основу SMM-продвижения с целью формирования навыков и компетенций по использованию сетевых сервисов и социальных сетей в коммуникационной деятельности для продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит во вторую группу дисциплин по выбору вариативной части Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- получение знаний, умений и навыков, необходимых для применения Social Media Marketing для продвижения товаров и услуг;
- сформировать знания об особенностях продвижения товаров и услуг в сетях «ВКонтакте», Facebook, Twitter;
- научиться использовать для продвижения товаров и услуг Foursquare и геосоциальные сервисы;
- получить практический опыт мониторинга социальных сетей, реализации SMM-кампаний и оценки эффективности продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК-3**	**ПК-3.1** Использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей	базовые инструменты SMM-маркетинга оценки покупательского спроса в социальных сетях; бесплатные и низкозатратные методы продвижения товаров и услуг	использовать новшества в оформлении: слайдеры, динамические обложки и т.п.; создавать кейсы для продвижения в социальных медиа	исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей в социальных сетях	Контактная работа: Лекции Семинар Ситуационные практикумы (кейс-задания, аналитический отчет) Самостоятельная работа
		ПК-3.2 Анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	виды монетизации интернет-проектов; принципы работы с лидерами мнений в соцсетях и блогерами; секреты сотрудничества при продвижении товаров и услуг в социальных сетях	привлекать целевую аудиторию социальных сетей; проводить вирусные акции, конкурсы, опросы в соуиальных медиа;	анализа и определения наиболее эффективных мероприятий по стимудированию продаж и мотивации покупателей в социальных сетях	
		ПК-3.3 Использует современные методы и технологии продвижения товаров в	принципы оптимизации сайтов для социальных медиа; алго-	повышать эффективность работы с существующей целе-	использования современных методов и технологий продвижения то-	

		торговых системах	ритмы работы в социальных сетях, инструменты влияния на продвижение	вой аудиторией; привлекать новых клиентов	варов и усдуг в социальных сетях	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Основы Social Media Marketing	2	2								0	Доклад-презентация /15
Тема 2. Продвижение в сети «ВКонтакте»	3			3						10	Аналитический отчет №1/15
Тема 3. Продвижение в Facebook	3			3						10	Аналитический отчет №2/15
Тема 4. Продвижение в Twitter	3			3						10	Аналитический отчет №3/15
Тема 5. Foursquare и геосоциальные сервисы	2			2						10	Кейс-задание №1/10
Тема 6. Мониторинг социальных сетей	2			2						10	Кейс-задание №2/10
Тема 7. Оценка эффективности продвижения товаров м услуг в соцсетях	2			2						10	Кейс-задание №3/10
Тема 8. Реализация SMM--кампании	2			2						10	Кейс-задание №4/10
Всего:	**19**	**2**		**17**						**70**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основы Social Media Marketing

Преимущества социальных сетей: содержание, «сарафанное радио», таргетинг, нерекламный формат, интерактивное взаимодействие. Распространенные мифы об SMM. Особенности SMM в крупном, среднем и малом бизнесе, электронной торговле, B2B-секторе. Условия и направления, когда не работаем SMM: узкоспециализированный B2B, бизнес с транзакциями, при реализации некачественных продуктов/услуг. Задачи SMM-кампании: стимулирование и увеличение продаж, брендинг, трафик, нейтрализация негатива, персональный брендинг. Стратегия SMM. Этапы запуска кампании в SMM.

Тема 2. Продвижение в сети «ВКонтакте»

Создание и продвижение сообщества во «ВКонтакте»: выбор формата сообщества: группа или страница, мотивы для вступления. Позиционирование сообщества. Брендирование сообщества. Продвижение сообщества. Управление сообществом. Этапы запуска кампании в «ВКонтакте».

Тема 3. Продвижение в Facebook

Интерфейс. Определение аудитории. Стоимость продвижения. Создание и продвижение собственного сообщества: выбор формата сообщества, выбор позиционирования сообщества, оформление страницы в Facebook, продвижение страницы в Facebook. Особенности продвижения в Facebook. Специальные предложения. Этапы запуска кампании в Facebook.

Тема 4. Продвижение в Twitter

Работа с собственным твиттер-каналом: оформление, ведение твиттер-канала, продвижение твиттер-канла. Неэффективные методы продвижения в Twitter. Служба поддержки в Twitter, регламентация работы службы поддержки через Twitter. Этапы запуска кампании в Twitter.

Тема 5. Foursquare и геосоциальные сервисы

Предназначение Foursquare, маркетинговые возможности. Инструменты продвижения: создание страницы, создание подсказок, создание уникальных бейджей, создание специальных предложений, повышение популярности в Foursquare. Подходы к использованию Foursquare. Другие геолокационные сервисы.

Тема 6. Мониторинг социальных сетей

Задачи мониторинга: своевременное обнаружение негатива, анализ конкурентов, оценка эффективности продвижения, получение обратной связи, поиск тематических дискуссий. Запросы для мониторинга, платформы для мониторинга, методы мониторинга: ручной и автоматический. Выстраивание системы мониторинга: перманентный, периодический и

стратегический мониторинг.

Тема 7. Оценка эффективности продвижения товаров м услуг в соцсетях

Охват аудитории. Количество подписчиков сообществ/страниц/блогов. Соответствие портрету целевой аудитории. Количество посетителей страницы. Количество посетителей страницы. Количество social action. Резонанс. Информационный фон бренда. Количество трафика на внешний сайт. Качество трафика. Количество целевых действий, совершенных посетителями. Количество продаж.

Тема 8. Реализация SMM—кампании

Наем SMM-специалиста в компанию. Работа с SMM-агентством. Формирование SMM-отдела. Самостоятельное продвижение в социальных сетях. SMM-инструменты. Ключевые навыки SMM-специалиста. Ценообразование на рынке продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

Во время лекции следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Во время лекции можно делать пометки для лучшей систематизации материала и дополнения имеющихся источников информации по теме лекции.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Лекция не заменяет собой учебник, лекция направлена на общее раскрытие темы, проблемы, выделение главных существенных аспектов, на

которые следует обратить внимание. Лектор указывает пути, которым нужно следовать, для достижения глубокого понимания изучаемой темы. Главной целью лекции является – донести сущность поставленной в теме проблемы. Лекция требует от слушателя большой самостоятельной работы. Во время лекции можно фиксировать основные этапы развития мысли лектора, выводы и обобщения. Фиксация полезна для последующего запоминания, а также для дальнейшей работы с рекомендуемой литературой и информацией, справочниками и иными документами.

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

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

С этой целью нужно:

– внимательно прочитать материал предыдущей лекции;
– ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
– записать возможные вопросы, непонятные или спорные моменты, ответы на которые спросить у лектора на лекции по материалу изученной лекции;
– постараться уяснить место изучаемой темы в подготовке;
– узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора или материалам рабочей программы дисциплины) и зафиксировать информацию, которая есть по данному вопросу.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

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

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

Начиная подготовку к занятию семинарского типа, необходимо ознакомится с тематикой занятия и вопросами, выносимыми на обсуждение, прочитать соответствующие разделы лекционного материала, разделы учебной и научной литературы, чтобы получить общее представление о предметной области изучаемой темы. Затем следует поработать с дополнительной литературой, подготовить ответы на вопросы, что позволит систематизировать информацию, содержащуюся в учебной и научной литерату-

ре, а также будет способствовать превращению чтения в активный процесс, активизируя, наряду со зрительной, и моторную память.

При подготовке к занятию семинарского типа выделяют следующие этапы работы:

- изучение лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы и источников;
- знакомство с хрестоматией (сборником документов), отбор материала, содержащего сведения, относящиеся к раскрываемому вопросу;
- составление плана раскрытия вопроса;
- составление ответа.

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

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

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет в виде презентации. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку презентация сдается преподавателю путем размещения в электронной информационно-образовательной среде. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой работе/практическому заданию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

В ходе выполнения заданий необходимо следовать инструкциям и методическим указаниям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

•сообщать новую информацию;

•использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;

•дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);

•иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

•название, сообщение основной идеи;

•современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;

•живую интересную форму изложения;

•акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Методические указания для обучающихся по участию в ситуационном практикуме

1 сценарий. Студенты изучают ситуацию, представленную преподавателем и в письменном виде готовят ответы на вопросы к ситуации.

2 сценарий. Студенты в составе мини-групп (команд) по 3-5 человек готовят ответ на вопросы к ситуации и представляют позицию своей команды в течение 15-20 минут. Один представитель команды излагает основное содержание кейса и суть подготовленного решения. Участники команды отвечают на вопросы слушателей и принимают участие в дискуссии. Представители других команд могут задавать вопросы и участвовать в дискуссии.

3 сценарий. Студенты самостоятельно изучают задания, собирают и анализируют информацию, проводят дополнительные исследования для решения поставленных задач по исследованию рынка и разработке маркетинговых стратегий.

Методические указания для обучающихся для подготовки к выполнению аналитического отчета

Целью подготовки аналитического отчета является проведение анализа факторов, характеризующих определенную ситуацию, составить аналитическую записку, дать оценку этой ситуации. Например, выявить особенности покупательского поведения интернет-сайта или группы в соци-

альной сети, определяющие особенности поведения целевой аудитории, провести оценку маркетингового потенциала различных инструментов продвижения; проанализировать лидогенерацию, конверсию на примере конкретного интернет-магазина или рекламной компании в соцсети; оценить эффективность различных интернет-инструментов продвижения.

Подготовкой аналитического отчета обучающиеся могут заниматься как индивидуально, так и небольшими группами. При выполнении задания следует руководствоваться следующими общими рекомендациями. Для выполнения аналитического отчета необходимо внимательно прочитать задание, повторить лекционный материал по соответствующей теме, изучить рекомендуемую литературу, в т.ч. дополнительную; получить исходные данные у преподавателя, либо подобрать исходные данные самостоятельно, используя различные источники информации (по конкретной организации, или планируемому собственному бизнесу). Для выполнения задания может использоваться метод малых групп. Работа в малых группах предполагает решение определенных образовательных задач в рамках небольших групп с последующим обсуждением полученных результатов. Этот метод развивает навыки сотрудничества, достижения компромиссного решения, аналитические способности. Он предусматривает распределение в рамках группы ролей: ведущего (организатор работы группы), секретаря (записывает результаты обсуждения), докладчика (представляет результаты коллективного анализа проблемы). Смысл работы заключается не только в том, чтобы сформулировать решение какой-либо задачи, но и объективно оценить как свою работу, так и результаты работы других. Результаты работы групп оцениваются по выработанной заранее шкале баллов. Для выполнения заданий обучающемуся необходимо: составить алгоритм решения, при выполнении обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса; определить этапы проведения анализа. Выполнение аналитического заданий для подготовки отчета осуществляется в следующей последовательности:

- изучить показатели, характеризующие определенную ситуацию, и формулы для их расчета;
- выявить, какие факторы влияют на величину этих показателей;
- найти числовые значения показателей;
- сделать соответствующие выводы.

Для подготовки аналитического отчета необходимо:

- определить, какой методикой можно воспользоваться, чтобы выполнить задание, изучить эту методику;
- определить, какую информацию необходимо собрать для выполнения задания;
- подготовить исходные данные для их анализа;
- проанализировать собранную информацию, сделать соответствующие выводы;
- дать оценку ситуации;
- разработать рекомендации.

Выполненный аналитический отчет должен быть представлен в виде презентации. При подготовке презентации используется брендированный шаблон презентации Академии. Работа должна быть оформлена соответствующим образом:

- титульный слайд (с указанием дисциплины, вида задания «творческое задание», темы, фамилии студента и преподавателя);
- содержание, или краткий план, выполняемой работы;
- введение (актуальность);
- основная часть (разработанные материалы);
- заключение (выводы);
- библиографический список, ссылки на Интернет-ресурсы.

Обычно презентация содержит около 20 слайдов. Текст на слайдах должен быть читаемым. Слайд не должен содержать только текс. При подготовке презентации следует применять схематичное изложение: использовать рисунки, схемы, диаграммы, графики и рисунки. Презентация должна быть выполнена в деловом стиле.

Подготовка к защите заключается в оформлении электронной брендированной презентации аналитического отчета, а также подготовке выступления, отражающего цели и задачи работы, основное содержание выполненной работы, полученные результаты, наиболее сильные стороны выполненной работы. Продолжительность выступления – не более 15 минут.

Защита аналитического отчета предполагает выступление группы, выполнявшей задание перед студентами и преподавателем. После каждого выступления присутствующие на защите участники задают вопросы, чтобы прояснить некоторые моменты, выяснить насколько глубоко проработана тема исследования и насколько эффективно. Каждая работа оценивается: при этом оценку своей работы получает каждый участник группы, учитывается выступление на защите, наконец, оценивается вся работа в целом.

Методические указания для обучающихся для подготовки к выполнению кейс-заданий

Кейс-задания - основной элемент метода case-study, который относится к неигровым имитационным активным методам обучения. Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой метод активного проблемноситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий).

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Метод case-study – инструмент, позволяющий применить теоретические знания к решению практических задач. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и совершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществ-

ляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ними будут придерживаться систематического подхода к их анализу, основные шаги которого представлены ниже.

1. Выпишите из соответствующих разделов учебной дисциплины ключевые идеи, для того чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые Вам предстоит использовать при анализе кейса.

2. Бегло прочтите кейс, чтобы составить о нем общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к кейсу и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст кейса, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Продумайте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть при работе с кейсом.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов:

используйте знания, полученные в процессе лекционного курса;

внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами;

не смешивайте предположения с фактами.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом в case-study используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет-презентация.

Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения. Одним из преимуществ публичной (устной) презентации является ее гибкость. Выступающий может откликаться на изменения окружающей обстановки, адаптировать свой стиль и материал, чувствуя настроение аудитории.

Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д. Подготовка письменного анализа кейса аналогична подготовке устного, с той разницей, что письменные отчеты-презентации обычно более структурированы и детализированы. Основное правило письменного анализа кейса заключается в том, чтобы избегать простого повторения информации из текста, информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения. Письменный отчет – презентация может сдаваться по истечении некоторого времени после устной презентации, что позволяет более тщательно проанализировать всю информацию, полученную в ходе дискуссии.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся

свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, её объем по курсу «Бренд-менеджмент» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Основы Social Media Marketing	направления бизнеса, для которых неэффективен SMM	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации доклада	Презентации докладов на семинаре
Тема 2. Продвижение в сети «ВКонтакте»	Брендирование сообщества в “ВКонтакте»	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка аналитического отчета	Презентация аналитического отчета на ситуационном практикуме

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
Тема 3. Продвижение в Facebook	*Выбор формата сообщества в Facebook*	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка аналитического отчета	Презентация аналитического отчета на ситуационном практикуме
Тема 4. Продвижение в Twitter	Конвертация базы электронной почты	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка аналитического отчета	Презентация аналитического отчета на ситуационном практикуме
Тема 5. Foursquare и геосоциальные сервисы	Ведение твиттер-канала	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	Презентация кейс-задания на ситуационном практикуме
Тема 6. Мониторинг социальных сетей	Выстраивание системы мониторинга	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	Презентация кейс-задания на ситуационном практикуме
Тема 7. Оценка эффективности продвижения товаров м услуг в соцсетях	Оценка информационного фона бренда	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации	Презентация кейс-задания на ситуационном практикуме

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
		кейс-задания	
Тема 8. Реализация SMM--кампании	Работа с лидерами мнений	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	Презентация кейс-задания на ситуационном практикуме

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Синяева, И.М. Продвижение товаров и услуг в социальных сетях : учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03246-2. – Текст : электронный.
2. Загорская, Л.М. Продвижение товаров и услуг в социальных сетях : учебное пособие : [16+] / Л.М. Загорская, В.А. Назаркина ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. – 130 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576584. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7782-3207-5. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 352 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02474-0. – Текст : электронный.
2. Электронная торговля : учебник : [16+] / Р.Р. Дыганова, Г.Г. Иванов, В.А. Матосян, Р.Р. Салихова. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 150 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600300 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04172-3. – Текст : электронный.

3. Царелашвили, Р.А. Электронная торговля : практическое пособие / Р.А. Царелашвили. – Москва : Лаборатория книги, 2012. – 97 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143082 (дата обращения: 13.11.2020). – ISBN 978-5-504-00519-5. – Текст : электронный.
4. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 258 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573437 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр.: с. 254 - 255. – ISBN 978-5-394-03200-4. – Текст : электронный.
5. Чернопятов, А.М. Маркетинг : учебник : [16+] / А.М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 439 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр.: с. 411-414. – ISBN 978-5-4499-0100-2. – DOI 10.23681/564259. – Текст : электронный.
6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / А.Л. Абаев, В.А. Алексунин, М.Т. Гуриева и др. ; под ред. А.Л. Абаева, В.А. Алексунина, М.Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный.
7. Калужский, М.Л. Практический маркетинг : учебник : [16+] / М.Л. Калужский. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 186 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598989 (дата обращения: 13.11.2020). – ISBN 978-5-4499-1656-3. – DOI 10.23681/598989. – Текст : электронный.
8. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, В.В. Синяев, О.Н. Романенкова ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 252 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573403 (дата обращения: 13.11.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03246-2. – Текст : электронный.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Российская ассоциация маркетинга	http://www.ram.ru
2.	Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru
3.	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
4.	Маркетолог	http://www.marketolog.ru
5.	Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе	http://www.aup.ru
6.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
7.	Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН	www.isprras.ru
8.	Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения	www.wciom.ru
9.	Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр»	www.levada.ru
10.	Институт научной информации по общественным наукам	http://www.inion.ru/
11.	Российская государственная библиотека// электронный каталог	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
12.	Национальная электронная библиотека	http://www.rusneb.ru
13.	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
14.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных

и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Доклад-презентация	**1. Содержательная часть (максимум 6 баллов):** 5-6 – четко сформулирована цель, полноценна раскрыта тема, логично выстроено содержание, проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 3-4 – полноценно раскрыта тема, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично даны ответы на поставленные вопросы; 1-2 – тема раскрыта не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы. **2. Выступление (максимум 6 баллов):** 5-6 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 3-4 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-2 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 3 балла):** 3 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 2 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 15 баллов**
2.	Аналитический отчет	**1. Исследовательская часть (максимум 3 балла):** 3 – собран информационный материал из различных источников, использование актуальных вторичных данных, четко сформулирована и достигнута цель, задачи исследования выполнены, разработана гипотеза, логично выстроена последовательность проведения исследования, выводы хо-

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		рошо аргументированы, выявлена потребность сбора первичных данных; 2 –информационный материал из нескольких источников, сформулирована цель исследования, разработана гипотеза, выводы нуждаются в дополнительной аргументации, цель достигнута не в полной мере, не все задачи выполнены; 1 – информационный материал и частично само исследования заимствованы из открытых источников, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы. **2. Аналитическая часть (максимум 3 балла):** 3 – четко сформулирована цель сбора первичных данных, метод сбора первичной информации обоснован, выборка репрезентативны, сделан анализ взаимосвязей между элементами, сделанные выводы подтверждены результатами анализа, разработаны варианты управленческих стратегических решений; 2 – сформулирована цель сбора первичных данных, выбранный метод слабо обоснован, репрезентативность полученных данный вызывает сомнения, собрана неполная информация для анализа, несколько нарушена логика изложения и последовательность анализа, сделанные выводы не в полной мере подкреплены результатами анализа, варианты управленческих стратегических решений являются заимствованными; 1 – цель сбора первичной информации сформулирована некорректно, при подготовке использовались ресурсы из открытых источников, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, варианты управленческих решений являются заимствованными. **3. Защита (максимум 6 баллов):** 5-6 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 3-4 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-2 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **4. Презентация (максимум 3 балла):** 3 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 2 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 15 баллов**
3.	Кейс-задание	**1. Содержательная часть (максимум 4 балла):** 4 – четко сформулирована цель задания, полноценно раскрыты вопросы кейса, логично выстроено содержание,

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны необходимые доказательства для подкрепления выводов; 2-3 – полноценно раскрыты вопросы кейса, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично дана доказательная аргументация сделанных выводов; 1 – ответы на вопросы кейса раскрыты не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы. **2. Выступление (максимум 3 балла):** 3 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 2 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 3 балла):** 3 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 2 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 10 баллов**

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к практическим занятиям

Примерная тематика для доклада-презентации

1. Предмет, цели и задачи продвижения в соцсетях.
2. Основные субъекты продвижения в соцсетях.
3. Специфика продвижения продуктов в социальных медиа.
4. Определение основных инструментов digital-
5. Понятие "социальный медиа маркетинг" (SMM), история появления направления
6. Основные принципы работы в социальном медиа маркетинге
7. Роль продвижения социальных сетях в маркетинговых коммуника-

циях

8. Возможности продвижения в социальном медиа маркетинге

9. Области использования социального медиа маркетинга

10. Глобальные проблемы современности и реклама в социальных медиа

11. Место персонального брендинга в социальных медиа

12. Нестандартные приемы продвижения в социальном медиа маркетинге

13. Сравнительные характеристики традиционного и цифрового маркетинга

14. Области применения социального медиа маркетинга

15. Преимущества и недостатки продвижения в различных соцсетях

Форма практического задания: ситуационный практикум (кейс-задание)

Примеры кейс-заданий

Кейс-задание 1.

Выберите определенную группу в социальной сети.

Выберите ключевые слова в описании группы, оцените возможность продвижения по ключевым словам с точки зрения поисковиков, и с точки зрения пользователей.

Оцените активность группы и ее вовлеченность.

Какие методы продвижения используются в группе.

Для подготовки презентации используйте скрины группы.

Кейс-задание 2.

1. Выберите и опишите сегменты целевой аудитории, на которые будет направлена коммуникация в социальных сетях.
2. Выберите предпочтительную социальную сеть.
3. Определите задачи позиционирования.
4. Продумайте какой контент вы будете использовать и чем он будет интересен целевой аудитории.
5. Основываясь на предыдущих четырёх шагах и этой статье выберите подходящие для вашей ЦА и социальной сети инструменты SMM.

Форма практического задания: ситуационный практикум (аналитический отчет)

Примеры аналитических заданий для подготовки аналитического отчета:

Аналитическое задание 1. Разработать название организации, описать аудиторию, продумать стратегию продвижения в социальных медиа, описать области применения SMM. Объект исследования: например, магазин молодежной одежды. Предмет: продвижение магазина молодежной одежды в социальных медиа.

В рамках проводимого исследования для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучение и анализ теоретического материала, посвященного теме социального медиа-маркетинга,

- исследование организации, ее позиции на рынке города среди конкурентов, - исследование социальных медиа и выбор наиболее подходящей площадки для продвижения магазина молодежной одежды (то есть почему эти социальные медиа?)

- описание способов продвижения в социальных медиа магазина молодежной одежды

Для описания потенциальной аудитории магазина молодежной одежды одной базовой характеристики недостаточно. Социальные характеристики потенциальной аудитории магазина условно можно разделить на несколько групп.

Первая группа характеристик ? социально-демографические: пол, возраст, место жительства. Демографические характеристики служат основанием для выделения таких аудиторий как женская/мужская, местные/региональные потенциальные потребители.

Социально-демографические:

- пол,

- возраст,

- место жительства,

Вторая группа представлена социально-профессиональными характеристиками. К ним относятся: профессия, род занятий, профессиональный статус.

Социально-профессиональные характеристики:

- Социально-профессиональный статус.

- Профессия, род занятий.

Третья группа ? социокультурные характеристики: образование, субкультурные и контркультурные особенности, формы проведения досуга. Данный тип нередко ориентируется как на социокультурные (занятие как досуг), так и на профессиональные (занятие как профессия) характеристики. Методически характеристика выявляется путем исследования бюджета свободного времени.

Социокультурные:

- образование,

- субкультурные и контркультурные особенности,

- формы проведения досуга.

В современных исследованиях аудитории в качестве отдельной группы нередко выделяются потребительские характеристики: уровень дохода, потребления отдельных товаров и услуг. Знание подобных характе-

ристик важно для успешной деятельности рекламодателя и повышения рекламно-информационной эффективности СМИ.

Потребительские характеристики:

- уровень дохода,
- степень потребления отдельных товаров и услуг.

К особой группе характеристик аудитории относят психологические. К ним относятся: мотивы выбора магазина или бренда.

Психологические характеристики:

- мотивы выбора бренда или магазина,
- интересы.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Продвижение товаров и услуг в социальных сетях» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно / не зачтено)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1 Сущность и становление рекламной деятельности в социальных сетях.
2. Специфика рекламы в социальных сетях
3. Виды продвижения в соцсетях
4. Области применения продвижения в соцсетях
5. Определение, цели и задачи SMM-маркетинга
6. Возможности продвижения в социальном-медиа маркетинге
7. Основные принципы работы в социальном медиа-маркетинге
8. Понятие SMM-маркетинг и его инструменты
9. SMM: история появления направления
10. Место и значение digital как современного комплекса технологий в системе маркетинговых коммуникаций
11. Таркетинг в рекламе в социальных сетях.
12. Потребительская аудитория различных социальных сетей.
13. Основные субъекты продвижения в социальных сетях.
14. Традиционная реклама в Интернете и реклама в соцсетях: сравнительный анализ.
15. Социальная реклама и социальные медиа.
16. Вирусный маркетинг в социальных сетях.

Задания 2-го типа

1. Контент-маркетинг как инструмент SMM.
2. Управление сообществом или комьюнити-менеджмент.
3. Работа с блогерами для продвижения товаров и услуг.
4. Органическая реклама или платный посев в соцсетях.
5. Активация в играх социальных сетей.
6. Офферты в ленте новостей Facebook.
7. Виджеты для набора подписчиков.
8. Круговое продвижение в социальных сетях.
9. Конкурсы как инструмент SMM.
10. Кросс-промо для продвижения продукции в соцсетях.
11. Хэштеги как инструмент SMM.
12. Видеотрансляции и эфемерный контент.
13. Поисковая оптимизация внутри социальных сетей.
14. Социальный бейдж сайта или сниппет.
15. Таргетированная рассылка сообщений Фейсбук и ВКонтакте.
16. Основные инструменты SMM.

Задания 3-го типа

Задание 1. В соцсетях был размещен баннер с рекламой новой модели автомобиля. Согласно информации, полученной от владельца реклам-

ной площадки, количество показов баннера составило 7000 в неделю, 3600 уникальных пользователей увидели баннер. Рассчитайте частоту показов.

Задание 2. Предприниматель собирается начать SMM-кампанию в соцсетях для продвижения своего магазина мужской одежды. Перечислите какие этапы, которые должен предпринять бизнесмен для начала продвижения в социальных сетях?

Задание 3. Магазин мужской одежды запустил семь рекламных компаний в разных SMM-источниках, результаты которых:

№1 Затраты 28900 Количество Лидов 40
№2 Затраты 30120 Количество Лидов 50
№3 Затраты 90000 Количество Лидов 140
№4 Затраты 76040 Количество Лидов 190
№5 Затраты 67112 Количество Лидов 100

Рассчитайте CPL по каждому источнику и общий показатель оплаты за рекламу в SMM.

Задание 4. Для рекламы салона красоты «Нежность» на одной из страниц женского интернет-журнала разместили баннер. Через две недели после размещения рекламы была получена информация о том, что рекламу показали 2000 раз, при этом кликнули на нее 440 пользователей. Рассчитайте эффективность размещенной рекламы.

Задание 5. Школа английского языка запустила 10 рекламных компаний в разных SMM-источниках, результаты которых:

№1 Затраты 26000 Количество Лидов 40
№2 Затраты 30000 Количество Лидов 50
№3 Затраты 100000 Количество Лидов 140
№4 Затраты 70000 Количество Лидов 190
№5 Затраты 69000 Количество Лидов 100
№6 Затраты 36000 Количество Лидов 43
№7 Затраты 30000 Количество Лидов 50
№8 Затраты 120000 Количество Лидов 151
№9 Затраты 75000 Количество Лидов 194
№10 Затраты 67500 Количество Лидов 92

Рассчитайте CPL по каждому источнику.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Управление цепями поставок»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....4

III. Тематический план.....8

IV. Содержание дисциплины.....9

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....9

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....16

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....17

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Управление цепями поставок» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Управление цепями поставок» закладывает основы для разработки комплекса мер по применению методов стратегической координации традиционных бизнес-функций внутри одной организации, а также между всеми участниками цепи поставок, с целью улучшения результатов деятельности в долгосрочном периоде как каждого из участников, так и всей цепи в целом.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – является формирование у будущих специалистов системы научных и профессиональных знаний об управлении цепями поставок, формирование у будущих специалистов понимания логики стратегического планирования и проектирования цепей поставок.

Задачи изучения дисциплины:

- подготовка обучаемых к использованию количественных и качественных методов для управления бизнес-процессами в цепях поставок и оценки их эффективности, т.е. процессами удовлетворяющими внутренние и внешние потребности предприятия;
- подготовка обучаемых к сопровождению бизнес-процессов в разных сферах менеджмента, использованию современного инструментария для диагностики деятельности и разработки стратегии управления цепями поставок предприятия;
- подготовка к участию в разработке эффективных стратегий управления коммерческой деятельностью развивающихся компаний на рынке товаров и услуг;
- подготовка обучаемых к работе в постоянно изменяющихся условиях внутренней и внешней среды предприятия, страны и мира;
- подготовка к самостоятельной научно-исследовательской деятельности, требующей решения актуальных задач управления цепями поставок коммерческого предприятия.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих

компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	**ПК-1**	1.1. Использует инструменты и методы управления коммерческой и торгово-технологической деятельностью, внедряет современные технологии продаж	историю возникновения и эволюцию концепции управления цепями поставок; принципы создания динамичных цепей поставок. основные задачи, средства и технологии управления событиями и мониторинга цепей поставок; сбалансированную систему показателей оценки эффективности цепи поставок; основные направления создания эффективного партнерства и координации контрагентов в цепи поставок	проводить анализ эффективности цепи поставок; идентифицировать узкие места цепи поставок; разрабатывать эффективные механизмы разрешения конфликтных ситуаций в цепях поставок;	планирования рациональной конфигурации сетевой структуры цепей поставок; построения динамичных и адаптивных цепей поставок	Контактная работа: Лекции Практикум по решению задач, Семинары, Ситуационный практикум Самостоятельная работа

Способен осуществлять организацию и управление процессами и операциями на основе внедрения новых технологических решений в практику работы торговых предприятий	**ПК-2**	2.3. Предлагает и использует современные способы управления системой закупок и продаж товаров	принципы создания динамичных цепей поставок; основные задачи, средства и технологии управления событиями и мониторинга цепей поставок; сбалансированную систему показателей оценки эффективности цепи поставок; основные направления создания эффективного партнерства и координации контрагентов в цепи поставок	проводить анализ эффективности цепи поставок; идентифицировать узкие места цепи поставок; разрабатывать эффективные механизмы разрешения конфликтных ситуаций в цепях поставок	планирования рациональной конфигурации сетевой структуры цепей поставок; построения динамичных и адаптивных цепей поставок	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Введение в управление цепями поставок.	8	8								11	Реферат /10 Эссе / 5 Доклад /10
Тема 2. Планирование цепей поставок	8		8							11	Практикум по решению задач 1 / 10 Практикум по решению задач 2/ 15
Тема 3. Организационные аспекты внедрения УЦП в организациях бизнеса	8		4	4						11	Практикум по решению задач 3 / 10 Ситуационный практикум 1/15
Тема 4. Кооперация и межорганизационное взаимодействие в цепях поставок	8			**8**						11	Ситуационный практикум 2/15 Ситуационный практикум 3/10

Всего:		**32**	**8**	**12**	**12**						**44**	**100**
Контроль, час												**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)		**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)		**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в управление цепями поставок.

Понятие управления цепями поставок. Роль управления цепями поставок в экономике предприятия. Особенности условий поставки в Россию. История развития управления цепями поставок. Сущность цепей поставок и управления ими. Эффективность управления цепями поставок. Перспективы развития управления цепями поставок в России.

Тема 2. Планирование цепей поставок.

Цели и задачи планирования цепей поставок на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях планирования. Логика стратегического планирования и проектирования цепей поставок. Логика стратегического планирования и проектирования цепей поставок. Уровни планирования УЦП. Структурное планирование УЦП

Тема 3. Организационные аспекты внедрения УЦП в организациях бизнеса.

Управление организационными изменениями в цепях поставок на основе четырех основных подходов: Методики быстрого анализа решения (FAST), бенчмаркинга процесса, проектировании процесса, реинжиниринге процесса. Показатели эффективности функционирования цепей

поставок: основные требования и классификация.

Тема 4. Кооперация и межорганизационное взаимодействие в цепях поставок.

Сетевая структура цепей поставок. Границы и структурные размерности сети. Участники цепей поставок. Типы связей между участниками цепей поставок. Концепция интегрированного взаимодействия контрагентов в цепях поставок. Основные драйверы и препятствия в цепи поставок. Типы сотрудничества в цепях поставок

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины «Складская логистика» используются такие виды учебной работы, как лекция, семинар практикум по реше-

нию задач, ситуационный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера. При подготовке лекции преподаватель руководствуется рабочей программой дисциплины.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Преподаватель приводит список используемых и рекомендуемых источников для изучения конкретной темы.

В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

При чтении лекций по дисциплине преподаватель использует электронные мультимедийные презентации.

Обучающимся предоставляется возможность копирования презентаций для самоподготовки и подготовки к промежуточной аттестации.

Методические указания для обучающихся участия в семинаре

Семинарское занятие (семинар) - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических вопросов под руководством преподавателя.

Семинарское занятие органично связано со всеми другими формами организации учебного процесса, включая, прежде всего, лекции и самостоятельную работу студентов. На семинарские занятия выносятся узловые темы курса, усвоение которых определяет качество профессиональной подготовки студентов.

При этом важно, чтобы учебные вопросы, выносимые для обсуждения на семинаре, не дублировали материала лекции, но сохраняли бы тесную связь с её принципиальными положениями.

Особенностью семинарского занятия является возможность равно-

правного и активного участия каждого студента в обсуждении рассматриваемых вопросов.

Цель семинарского занятия - развитие самостоятельности мышления и творческой активности студентов, формирование общих компетенций.

Задачи семинарского занятия:

- закрепление, углубление и расширение знаний студентов по соответствующей учебной дисциплине;
- формирование умения постановки и решения интеллектуальных задач
- и проблем;
- совершенствование способностей по аргументации студентами своей
- точки зрения, а также по доказательству и опровержению других
- суждений;
- демонстрация студентами достигнутого уровня теоретической подготовки;
- формирование навыков самостоятельной работы с литературой.

Различают три типа семинара:

1) семинар, имеющий основной целью углублённое изучение определённого тематического курса;

2) семинар, предназначенный для основательной проработки определённых тем курса;

3) семинар исследовательского типа по отдельным проблемам науки.

В зависимости от степени и характера подготовки обучаемых, дидактической цели занятия, методики рассмотрения и обсуждения вопросов и проблем, семинары могут проводиться:

- с обсуждением конкретных (заданных) вопросов темы без заранее подготовленных выступлений, докладов, рефератов;
- с заслушиванием и последующим обсуждением на занятии заранее подготовленных рефератов, докладов, сообщений по заданным вопросам темы (проблемы);
- с заслушиванием сделанных на семинаре сообщений, показов кинофрагментов, видеозаписей, содержащих определённые аспекты опыта производственной деятельности, обучения, воспитания, управления и последующим обсуждением наиболее важных из них;
- в виде семинара-практикума, когда занятие проводится одним или несколькими обучаемыми под руководством преподавателя.

Методические указания для обучающихся по выполнению практикумов по решению задач

Практикум по решению задач – выполнение обучающимися набора

практических задач предметной области с целью выработки навыков их решения.

Практикумы по решению задач выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к решению задач, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о порядке проведения занятия, критериях оценки результатов работы;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, о требованиях к оформлению и форме представления результатов.

При выполнении задания необходимо привести развёрнутые пояснения хода решения и проанализировать полученные результаты.

При необходимости обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по трудностям, возникшим при решении задач.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;
- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;
- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума обучающиеся

имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Методические указания для обучающихся по написанию эссе

Эссе - это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться.

Структура эссе.

1. Титульный лист

2. Введение - суть и обоснование выбора данной темы, состоит из ряда компонентов, связанных логически и стилистически; На этом этапе очень важно правильно сформулировать вопрос, на который вы собираетесь найти ответ в ходе своего исследования.

При работе над введением могут помочь ответы на следующие вопросы: «Надо ли давать определения терминам, прозвучавшим в теме эссе?», «Почему тема, которую я раскрываю, является важной в настоящий момент?», «Какие понятия будут вовлечены в мои рассуждения по теме?», «Могу ли я разделить тему на несколько более мелких подтем?».

3. Основная часть - теоретические основы выбранной проблемы и изложение основного вопроса.

Данная часть предполагает развитие аргументации и анализа, а также обоснование их, исходя из имеющихся данных, других аргументов и позиций по этому вопросу. В этом заключается основное содержание эссе и это представляет собой главную трудность. Поэтому важное значение имеют подзаголовки, на основе которых осуществляется структурирование аргументации; именно здесь необходимо обосновать (логически, используя данные или строгие рассуждения) предлагаемую аргументацию/анализ. Там, где это необходимо, в качестве аналитического инструмента можно использовать графики, диаграммы и таблицы.

В зависимости от поставленного вопроса анализ проводится на основе следующих категорий:

Причина — следствие, общее — особенное, форма — содержание, часть — целое, постоянство — изменчивость.

Хорошо проверенный способ построения любого эссе — использование подзаголовков для обозначения ключевых моментов аргументированного изложения: это помогает посмотреть на то, что предполагается. Такой подход поможет следовать точно определенной цели в данном исследовании. Эффективное использование подзаголовков - не только обозначение основных пунктов, которые необходимо осветить. Их последовательность может также свидетельствовать о наличии или отсутствии логичности в

освещении темы.

4.Заключение - обобщения и аргументированные выводы по теме с указанием области ее применения и т.д. Методы, рекомендуемые для составления заключения: повторение, иллюстрация, цитата, впечатляющее утверждение. Заключение может содержать такой очень важный, дополняющий эссе элемент, как указание на применение исследования, не исключая взаимосвязи с другими проблемами.

Методические указания для обучающихся по написанию реферата

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у обучающихся навыков самостоятельного глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации.

Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) обучающийся включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложении (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов тем учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем

по курсу «Инновационный менеджмент» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой(конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Введение в управление цепями поставок.	Управление цепями поставок: экономическая сущность, значение и роль в современной экономике. Эволюция концепции управления цепями поставок. Развитие концепции управления цепями поставок в Российской Федерации. Классификация цепей поставок	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка по теме семинара. Написание реферата, эссе.	Выступление с докладом на семинаре, подготовка презентации. Участие в дискуссии. Оценка представленных реферата и эссе.
Тема 2. Планирование цепей поставок	Задачи планирования цепей поставок. Факторы, определяющие внешнюю и внутреннюю среду компаний цепи поставок	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета	Отчет по практикуму. Описание решения ситуации кейса.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
		по практикуму. Подготовка по теме ситуационного практикума.	
Тема 3. Организационные аспекты внедрения УЦП в организациях бизнеса	Классификация и взаимосвязь основных уровней принятия решений при управлении цепями поставок. Стратегия конкурентного поведения и стратегия управления цепями поставок.	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму. Подготовка по теме ситуационного практикума.	Отчет по практикуму. Описание решения ситуации кейса.
Тема 4. Кооперация и межорганизационное взаимодействие в цепях поставок	Ключевые элементы оптимизации цепей поставок. Глобальная оптимизация цепи поставок.	Работа в библиотеке Работа с источниками Интернета Составление конспекта. Подготовка по теме ситуационного практикума.	Отчет по практикуму. Описание решения ситуации кейса.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Гаджинский, А.М. Логистика : учебник / А.М. Гаджинский. – 21-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 419 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495765

2. Марусева, И.В. Логистика: краткий курс / И.В. Марусева, В.В. Котов, И.Я. Савченко; под общ. ред. И.В. Марусевой. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. – 196 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494454

3. Логистика и управление цепями поставок : учебник для академического бакалавриата / В. В. Щербаков [и др.] ; под редакцией В. В. Щербакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-3306-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425175 (дата обращения: 27.05.2021).

4. Аникин, Б.А. Коммерческая логистика: учебник / Б. А. Аникин, А. П. Тяпухин. – Москва: Проспект, 2017. – 426 с.

5. Логистика: интегрированная цепь поставок / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дэйвид Дж. Клосс. – Москва: Олимп-Бизнес, 2017. – 635 с.

6. Логистика и управление цепями поставок: практическое пособие / Д. В. Курочкин. – Минск: Альфа-книга, 2016. – 783 с.

7. Чувикова, В. В. Практикум по управлению цепями поставок : учебно-методическое пособие / В. В. Чувикова. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 60 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=232090

Дополнительная литература:

1. Тебекин, А.В. Логистика : учебник / А.В. Тебекин. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 355 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495837

2. Левкин, Г.Г. Логистика: теория и практика / Г.Г. Левкин. – 2-е изд. – Москва : Директ-Медиа, 2013. – 217 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135685

1. Корсаков, А.А. Основы логистики: Руководство по изучению дисциплины. Практикум по изучению дисциплины / А.А. Корсаков ; Международный консорциум «Электронный университет», Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, Евразийский открытый институт. – Москва : Московский государственный университет экономики, статистики и информатики, 2005. – 69 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90793

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
.	Клуб менеджеров E-xekutive.	http://www.e-xecutive.ru/
.	Электронная библиотека образовательных ресурсов (ЭБОР)	http://elib.oreluniver.ru/
.	Научная электронная библиотека eLIBRARY	http://elibrary.ru/
.	Федеральное агентство по науке и инновациям.	http://www.wiki2.org/
	IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru

.		
.	Электронно-библиотечная система Издательства «ЛАНЬ»	http://e.lanbook.com/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Сво-

бодно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/Soft-Microsoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО

ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Практикум по решению задач	16-15 – работа выполнена в срок, самостоятельно, пра-вильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 14-10 – работа выполнена в срок, самостоятельно, пра-вильно поняты и использованы соответствующие формулы, правильно определены соответствующие спецификации, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, правильно выбраны совместимые комплектующие, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы; 9-6 – работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; определены соответствующие спецификации, имеются ошибки в расчетах; выбраны совместимые комплектующие необходимые, выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы; 5 – обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, описание спецификации содержит незначительные ошибки, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.
2.	Ситуационный практикум	10-9 – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; 8-7 – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы недостаточно обоснованы; 6-5 – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
3.	Семинар	10-9 – ответ излагается последовательно и правильно, ответ подкреплен научными фактами и примерами, профессиональная терминология применяется корректно. 8-7 – студент демонстрирует понимание материала, может обосновать свои суждения, привести примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные, но допускает ошибки или некорректное применение профессиональной терминологии; 6-5 – вопросы и ответы в основном правильные, ответ является достаточный, хотя и не всегда аргументированным. 0-1 – вопросы и ответы не раскрывают специфику вопроса, отсутствует аргументация, не используется профессиональная лексика.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые задания к практикумам по решению задач

Практическая работа № 1 Применение метода миссий для оптимизации закупок

Цель работы: Закрепление теоретического материала и практическое применение метода миссий для формирования эффективной закупочной деятельности торгового предприятия с использованием электронных таблиц Excel.

Содержание работы:

1. Рассчитать логистические издержки и финансовый результат от закупки и реализации товаров.

2. Выполнить анализ структуры логистических издержек, выявить наиболее прибыльные и убыточные виды товаров.

3. Обосновать предложения, направленные на снижение издержек и повышение эффективности закупочной деятельности торгового предприятия.

4. Выполнить расчеты с учетом предложений и сделать выводы.

Практическая работа № 2 Режим функционирования прямой цепи поставок цепи поставок

Цель работы: научиться проводить анализ состояния системы –цепи поставок. Определить состояние режима функционирования прямой цепи

поставок по темпу роста.

Содержание работы:

1. На основе данных табл. определить темп роста и ранг поставок.
2. Сделать выводы по проведенным расчетам.
3. Ответить на контрольные вопросы.

Объем выборки

№	Показатель	Факт	План	Темп роста	Ранг	
					план	факт
1	2	3	4	5	6	7
1	Своевременность поставок	1,00	1,00			
2	Длительность обслуживания заказа	96,00	96,00			
3	Объем поставки	25410	25390			
4	Регулярность поставок	98,58	97,80			
5	Гибкость цепи поставки	99,95	99,95			
6	Надежность цепи поставки	99,99	99,95			
7	Показатель использования ИТ	1,90	1,90			
8	Процент заказов, выполненных «точно в срок»	99,00	95,00			

Контрольные вопросы

1. Что такое «управление цепями поставок»?
2. В чем разница между понятиями «логистика» и «управление цепями поставок»?
3. Назовите причины существования различных трактовок термина «управление цепями поставою».
4. Назовите национальные логистические школы и их представителей.

Практическая работа № 3. Оценка экономического режима прямой цепи поставок

Цель работы:

Определение экономического режима прямой цепи поставок.

Содержание работы:

1.Рассчитать обобщенную и положительную результативность прямой

цепи поставок.

2.Сделать вывод по проведенным анализам.

3.Ответить на контрольные вопросы.

Контрольные вопросы

1. Что такое оптимизация?
2. Какие факторы оказывают влияние на формирование и развитие концепции управления цепями поставок?
3. В чем проявляется неопределенность и стохастичность параметров цепей поставок?
4. Назовите ключевые элементы оптимизации цепей поставок?
5. Что такое конфигурация логистической сети?

Практическая работа № 4. Коэффициент результативности функционирования цепи поставок.

Цель работы: Рассчитать интегральный коэффициент результативности функционирования прямой цепи поставок.

Содержание работы:

1.Рассчитать интегральный коэффициент результативности функционирования прямой цепи поставок.

2.Сделать вывод по проведенным расчетам.

3.Ответить на контрольные вопросы.

Результаты расчета интегрального коэффициента результативности

Интегральный коэффициент результативности	Значение показателя
$K_{рез} = \sum_{i=1}^{n} \Delta P(П_i)$	

Контрольные вопросы

1. Какие методологические принципы лежат в основе моделирования и проектирования цепей поставок?
2. Назовите основные задачи при описании логистических процессов в цепях поставок.

Практическая работа № 5. Применение методов ABC и XYZ - анализа в управлении цепями поставок.

Цель работы: приобретение практических навыков в дифференциации объектов управления в логистике.

Содержание работы:

1. Выполнить дифференциацию объектов управления по степени их важности и влияния на конечный результат с использованием АВС-анализа.

По результатам анализа построить график.

2. Выполнить дифференциацию объектов управления в зависимости от стабильности спроса и возможности планирования и прогнозирования объмов производства или закупок с использованием XYZ-анализа. По результатам анализа построить график.

3. Составить матрицу ABC и XYZ – анализа и обосновать логистические решения в области управления цепями поставок.

Типовые задания к ситуационным практикумам

Расположенный в Москве производственно-складской комплекс «Хлебосол» (ПСК) обслуживает 50 магазинов, торгующих полуфабрикатами. 20 магазинов сотрудничают с ПСК напрямую, а оставшиеся 30 — через два распределительных региональных центра в Санкт-Петербурге и Самаре, за каждым из них закреплено по 15 магазинов.

ПСК «Хлебосол» разместился в одном здании, включающем в себя склад и две производственные линии по изготовлению рыбных и мясных изделий. Склад общей площадью 2650 м2 находится в центре здания на минимальном расстоянии от производственной линий и делится на склад сухого хранения емкостью 1052 палетомест, холодильник на 400 палетомест (температура хранения от -18 до +4 0 С) и морозильник на 1300 палетомест (от -18 до -24°С). Также компания использует отдельное здание емкостью 1000 палетомест для хранения упаковочных материалов.

Склад оснащен электрическими штабелерами, способными поднять груз весом до 1500 кг на высоту до 7м, и электрическими тележками, использующимися для сбора заказов и их перемещения в зону отгрузки. ПСК функционирует в круглосуточном режиме 7 дней в неделю,365 дней в году, не останавливаясь ни на минуту. Для всех сотрудников склада установлен 12-часовой рабочий день при посменном графике работы (два дня рабочих, два — выходных).

В дневной смене трудится 30 человек, в ночную почти в половину меньше — 16. Обязанности ночных смен, как правило, сводятся к сборке заказов магазинов и производственных линий, получению продукции с производства и осуществлению отгрузок на экспорт. Обязанностями дневных смен являются приемка продукции и отгрузка заказов, собранных ночной сменой.

Приемка продукции

При приемке продукции каждую машину досматривает координатор, обращая особое внимание на внешний вид продукции, целостность упаковки.

Поскольку для некоторых видов продукции важно учитывать их температуру при поступлении, то компанией были составлены нормы температуры для охлаждения продукции.

Например для замороженных товаров температура должна быть не выше – 17,9°С. Хотя вся продукция приходит с ветеринарными свидетельствами и сертификатами соответствия, существует список товаров, приемка

которых производится только в присутствии представителя службы контроля качества (специалиста лаборатории). Он участвует в досмотре и делает забор проб для анализа. Окончательную приемку товара по количеству проводит координатор, занося полученные данные в контрольный лист.

После сверки контрольного листа и получения разрешения от службы контроля качества производится оформление документов на товар и внесение их в информационную систему.

Управление запасами

На складе раз в неделю формируется специальный отчет по всей товарной номенклатуре склада. В нем ключевыми параметрами для менеджеров группы являются продажи за неделю и уровень запаса. Оценка достаточности текущего уровня запаса производится с помощью значений минимального, оптимального и максимального уровней запаса. Если уровень запаса ниже минимального значения, то в обязательном порядке производится допоставка. Вопрос лишь в том, сколько заказать. Желательно, чтобы на момент следующего отчета запас оказался в допустимом интервале.

Если текущий запас находится в интервале между минимальным и максимальным значениями или чуть-чуть превышает максимум, то потребуется произвести примерный расчет складского остатка за неделю. Сделать это можно, сравнив продажи за предыдущую неделю с прогнозируемым уровнем продаж на следующую, На основе полученных результатов принимается решение о заказе и его объеме. В некоторых случаях вывод о необходимости дозаказа можно сделать, опираясь на данные об объеме продаж за предыдущую неделю и остатках на складе определенных видов продукции. Проанализировав, таким образом, остатки по всей номенклатуре, менеджеры материальной группы формируют заказы и расписание приходов на неделю вперед. Затем, получив заказы от магазинов, вставляется расписание отправок и график работы сотрудников.

Управление заказами и отгрузка продукции

На складе существует отдел по работе с покупателями, который 2 раза в неделю (понедельник и четверг) принимает от магазинов заказы на поставку продукции. Кроме функций приема и обработки заказов, этот отдел отвечает за поддержание единообразия товарной номенклатуры склада и магазинов, а также составление расписаний приходов и отправок. Все полученные заказы разбиваются на группы по дате доставки и магазинам, от которых получены заявки.

На указанную в заявке дату в определенный магазин формируется один заказ. После чего проводится его проверка на соответствие объемам кузовов имеющихся автомобилей. При необходимости заказ корректируется. Затем его отправляют в магазин на подтверждение, в ходе которого магазин может внести в заказ изменения.

По завершению процедуры согласования окончательно сформированный заказ поступает на склад, где его и собирают. Обычно сборка заканчивав минут за 30—40 до подачи машины, за это время производится проверка комплектности заказа, что позволяет избежать недостач и излишков товара

при отгрузке.

Перед отгрузкой товара производится проверка его температуры, и только после этого товар загружают в кузов автомобиля. Оформляют сопроводительные документы (ветеринарное свидетельство, удостоверение качества и т. п.), заверяют накладные необходимыми печатями и подписями. После этого машину взвешивают. Если разница реального веса машины и веса, указанного в товарно-транспортной накладной, составляет более 50 кг, то автомобиль отправляется на дополнительный досмотр. И только после выяснения, а по возможности, и устранения причин изменения веса машина выпускается на марш-72 рут.

ПСК «Хлебосол» имеет собственный парк автомобилей, состоящий из 15 машин, с помощью которых поставляет продукцию в магазины Московской и Ленинградской областей. Магазины Самарской области обслуживаются местной транспортной компанией «Транспорт». За 2004 г. со склада ПСК было осуществлено 18 423 отправки, т.е. в среднем 50 отгрузок в день и 1535 — в месяц.

Вопросы

1. Охарактеризуйте основные элементы системы складирования ПСК «Хлебосол».

2. Постройте схему логистического процесса на складе ПСЗ «Хлебосол».

Анализ выполнения основных задач по обеспечению информационной безопасности

Основные задачи по обеспечению информационной безопасности	**Степень выполнения**

Дополнительно опишите ваши замечания по полученным данным, в частности по оценке информационных активов, рисков, угроз, политики ИБ и так далее.

Примерные темы рефератов:

1. Особенности построения цепей поставок в России.
2. История развития управления цепями поставок.
3. Стратегические решения по управлению цепями поставок.
4. Оперативные решения по управлению цепями поставок.
5. Комплексная безопасность цепей поставок.
6. Виды планирования в цепях поставок.
7. Контроллинг в цепях поставок.
8. Программное обеспечение управления цепями поставок.
9. Основные виды деятельности в цепях поставок.
10. Интегрирование цепей поставок и основные виды интеграции.
11. Различные формы цепей поставок товаропроводящей сети.
12. Опыт компаний по организации цепи поставок.
13. Сущность, принципы построения и структура SCOR- модели цепи

поставок.

14. Общая модель планирования и управления цепями поставок.

15.Информационная поддержка интегрированного планирования.

16.Причины и факторы возникновения риска в логистической системе.

17.Риск-менеджмент в логистической системе.

18.Методика управления риском в логистической системе

19.Гибкие цепи поставок.

20.Адаптивные цепи поставок.

21.Отношения в цепи поставок

22.Аутсорсинг в системе управления цепями поставок.

23.Управление бизнес-процессами в цепях поставок.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Информационная безопасность и защита информации» проводится в форме экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Какие функции хозяйствования логистика обслуживает?

2. На какие объекты хозяйствования направлено воздействие логистики?

3. Что является объектом управления в логистике?

4. Для каких целей используется логистика, в чем ее предназначение?

5. К чему приводит достижение целей логистики?

6. Перечислить примеры материальных потоков.

7. Когда началось использование логистики как рыночного понятия?

8. Логистика в военной среде и логистика в области экономики, что общего и в чем отличие?

9. По каким причинам только во второй половине XX века в экономике развитых стран наблюдается резкое возрастание интереса к логистике?

10. Почему широкомасштабное применение логистики в экономике появилось лишь во второй половине XX века?

11. Какие слова по смыслу близки логистике?

12. Как Вы можете охарактеризовать этапы развития логистического подхода к управлению материальными потоками в сферах производства и обращения?

13. Какие Вы знаете концепции логистики?

14. Какие Вы можете назвать задачи логистики?

15. Перечислите известных вам участников логистического процесса.

16. Что такое логистическая функция?

17. Какие Вы можете назвать функции логистики?

18. Назовите характерные особенности всех функций логистики

19. Дайте определение материального потока.

20. Назовите единицы измерения материального потока.

Задания 2-го типа

1. Управление цепями поставок: экономическая сущность, значение и роль в современной эко номике.
2. Эволюция концепции управления цепями поставок.
3. Развитие концепции управления цепями поставок в Российской Федерации
4. Классификация цепей поставок
5. Перечислите основные звенья цепи поставок.
6. Интеграция бизнес-процессов в цепях поставок
7. Объектная декомпозиция цепи поставок
8. Процессная декомпозиция цепи поставок
9. Задачи оптимизации в цепях поставок
10. Факторы, определяющие внешнюю и внутреннюю среду компаний цепи

поставок
11. Ключевые элементы оптимизации цепей поставок
12. Глобальная оптимизация цепи поставок
13. Сетевая структура цепей поставок
14. Границы и структурные размерности сети
15. Участники цепей поставок
16. Типы связей между участниками цепей поставок
17. Управление организационными изменениями в цепях поставок
18. Цели и задачи планирования цепей поставок
19. Логика стратегического планирования и проектирования цепей поставок
20. Концепция интегрированного взаимодействия контрагентов в цепях поставок
21. Основные драйверы и препятствия в цепи поставок
22. Типы сотрудничества в цепях поставок
23. Система сбалансированных показателей
24. Показатели эффективности функционирования цепей поставок: основные требования и клас сификация
25. Характеристика измерителей эффективности логистических решений

Задания 3-го типа

1. Понятие SCM -Управление цепями поставок.
2. Общая модель управления цепью поставок
3. Сетевая структура цепи поставок. Концепции проектирования канал поставок: отсрочки и ситуационные действия. Факторы, влияющие на структуру канала. Определение участников цепи поставок.
4. Основные компоненты управления цепью поставок.
5. Сущность проектирования цепи поставок. Инициаторы проектирования цепи поставок
6. Аспекты, учитываемые при проектировании цепи поставок
7. Измерение показателей функционирования цепи поставок
8. Концепция интегрированного взаимодействия контрагентов в цепях поставок
9. Управление организационными изменениями в цепях поставок
10. Основные драйверы и препятствия в цепи поставок
11. Типы сотрудничества в цепях поставок
12. Основные задачи организации и управления логистическими цепями
13. Основные формы организации договорных отношений в системе управления цепями поставок. Задачи, связанные с установлением договорных отношений между предприятиями
14. Модели построения договорных отношений
15. Преимущества и риски кооперационной стратегии ведения бизнеса
16. Типовые модели выделения бизнес-процессов: модель цепочки добавления ценности (модель Портера), тринадцатипроцессная модель
17. Типы связей бизнес-процессов: управляемые, отслеживаемые,

неуправляемые и связи с объектами, не входящими в цепочки поставок
18. Ключевые бизнес-процессы в цепи поставок
19. Цепочки бизнес-процессов
20. Концепции моделирования бизнес-процессов: SCOR, IDEF, ARIS.
21. Этапы процесса реинжиниринга
22. Сущность интегрированного управления. Основные направления интеграции
23. Стратегии интегрированного управления в концепции SCM
24. Элементы интегрированного управления в условиях стратегического взаимодействия
25. Внедрение интегрированного управления цепями поставок.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Управление собственным бизнесом»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....6

III. Тематический план.....7

IV. Содержание дисциплины.....13

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....17

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....40

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....42

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Управление собственным бизнесом» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.01.2016 г. № 7.

Изучение дисциплины «Управление собственным бизнесом» ориентировано на получение обучающимися знаний и навыков о специфике предпринимательской деятельности как особой разновидности профессиональной деятельности человека. Изучение данной дисциплины направлено как на формирование компетенций в области управления собственным бизнесом, так и на формирование предпринимательского мышления, обеспечивающего адекватную современным условиям подготовку квалифицированных, конкурентоспособных специалистов. Студенты, изучающие предпринимательство как объективное явление со всеми его противоречиями, конфликтами интересов и конкуренцией, получат возможность не только уяснить место добросовестного предпринимательства в структуре современного общества, изучить какими специфическими профессиональными качествами должен обладать предприниматель и научиться управлять собственным бизнесом, что необходимо знать, понимать и уметь для успешной повседневной работы в бизнесе, но и научиться управлять бизнес-процессами и бизнес-коммуникациями, достигать успеха на рынке, упреждая конкурентов в создании и реализации новых товаров, работ, услуг.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент и входит базовую часть Блока 1.

Для изучения дисциплины требуются знания и навыки обучающихся по курсу среднего (полного) общего образования, а также знания и навыки по курсу «Теория менеджмента», в ходе изучения которого у студента сформировались знания базовой терминологии предпринимательства, сущности профессиональной занятости в предпринимательстве и системы современного предпринимательства, а также развитие предпринимательства в России.

Знания по дисциплине «Управление собственным бизнесом» могут использоваться при освоении дисциплин, изучаемых на последующих курсах обучения: «Цифровая трансформация в менеджменте», «Маркетинг», «Учет и анализ», «Финансовый менеджмент», «Стратегический менеджмент», «Лидерство», «Управление проектами», «Экономика и финансы организации».

Дисциплина «Управление собственным бизнесом» является основополагающей для данного профиля, изучается на первом курсе во втором семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенции для успешного освоения образовательной программы:

-способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение (ПК-6).

Задачи изучения дисциплины:

Знать:

- нормативно-правовое регулирование предпринимательской деятельности в России;
- особенности проектирования организационных структур;
- основы стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности бизнеса;
- основы бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений, деятельности, продуктов);
- особенности подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур;
- основы поддержания собственной занятости и управления собственным трудовым ресурсом;
- особенности выполнения системы конкурентных действий, обеспечения конкурентоспособности и конкурентной устойчивости собственного бизнеса;
- профессиональные предпринимательские функции;
- содержание и особенности организационных форм предпринимательства в России;
- иметь представления о предпринимательской фирме, целях ее создания, особенностях классификации;
- систему администрирования межфирменных и внутрифирменных бизнес-коммуникаций.

2. Уметь:

- участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций;
- планировать и осуществлять мероприятия в ведении предпринимательской деятельности;
- распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия;
- оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности;
- выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели;
- самостоятельно осуществлять управление собственным бизнесом на современном уровне;

- самостоятельно осуществлять развитие собственного бизнеса в части управления его ростом и обновлением;
- самостоятельно осуществлять действие по прекращению участия в предпринимательской деятельности;
- выявлять и оценивать новые рыночные возможности;
- разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организации.

3. Иметь практический опыт:

ведения собственного дела, начиная с его создания и завершая его ликвидацией, в том числе:
- формировать системные представления об управлении собственным бизнесом (базовые понятия, процессы и документы);
- владеть навыками управления бизнес-процессами и бизнес-коммуникациями;
- научиться применять инструменты управления собственным бизнесом;
- формировать системные представления о предпринимательском селф-менеджмент;
- определять классификационные признаки бизнес-единиц;
- выявлять особенности частного и коллективного предпринимательства;
- определять предпринимательство на основе долевого владения бизнесом;
- формировать системные представления о предпринимательстве на основе акционерной собственности;
- определять государственное предпринимательство;
- овладеть навыками управления бизнесом на предстартовой стадии в предпринимательстве;
- научиться учреждению новых бизнес-единиц на предстартовой стадии;
- овладеть навыками управления бизнесом на стадии проведения стартапов;
- разрабатывать управление развитием бизнеса в период его конкурентной устойчивости;
- научиться оценке изменения порядка и масштабов участия предпринимателей в бизнес-единицах;
- овладеть навыками прекращения предпринимательской деятельности.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	***ПК-6***	**6.2.** Разрабатывает бизнес-планы создания и развития собственного бизнеса и новых направления деятельности и осуществляет управленческие воздействия на всех этапах жизненного цикла..	формы осуществления предпринимательской деятельности, типы бизнеса и форматы торговли, основные разделы бизнес-плана, принципы общего стратегического и оперативного планирования собственного бизнеса, методы управления ассортиментом товаров и услуг	разрабатывать бизнес-план создания и развития собственного бизнеса, основываясь на выборе организационно-правовой формы осуществления предпринимательской деятельности, типов бизнеса и форматов торговли, управления ассортиментом товаров и услуг, учитывая стратегическую позицию	разработки дорожной карты развития нового бизнеса, выстраивания бизнес-процессов и бизнес-коммуникаций, применения различных организационно-правовых форм занятия предпринимательством; опыт разработки бизнес-плана стартапа	Контактная работа: Лекция Семинар Ситуационный практикум Тренинг Дидактическая игра Самостоятельная работа

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Оная форма											
Тема 1. Управление собственным бизнесом: базовые понятия	4	2		2					4	4	Теоретический доклад с презентацией /5 Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5 Ответы на тест/5
Тема 2. Управление бизнес-процессами и бизнес-коммуникациями	6	2		2				2	6	4	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 3. Бизнес-моделирование, планирование, стимулирование, организация и контроль в управлении собственным бизнесом	10	2		2					4	4	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по

											ситуации), изложенной в кейсе /5

Тема 4. Предпринимательский селф-менеджмент	8	2		2			2		6	4	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 5. Классификационные признаки бизнес-единиц	4	2		2					4	4	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 6. Частное и коллективное предпринимательство	2	2		2					4	4	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 7. Предпринимательство на основе долевого владения бизнесом	2	2		2				2	6	4	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5

Тема 8. Предпринимательство на основе акционерной собственности	2	2		2					4	4	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 9. Государственное предпринимательство	2	2		2						14	Теоретический доклад с презентацией Реферат / 30

Тема 10. Предстартовая стадия в предпринимательстве	8	2		2					4	6	Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 11. Учреждение новой бизнес-единицы на предстартовой стадии	4	2		2					4	6	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 12. Управление бизнесом на стадии проведения стартапа	6	2		2				2	2	6	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 13. Управление развитием бизнеса в период его конкурентной устойчивости	6	2		2				2	6	6	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 14. Реформирование бизнес-единиц	4	2		2					4	6	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на во-

											просы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Тема 15. Прекращение предпринимательской деятельности	2	2		2					2	6	Устные ответы на вопросы преподавателя/5 Письменные ответы на вопросы преподавателя/ 5 Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе /5
Всего:	**32**	**14**		**14**				**4**	**32**	**44**	**100**
Контроль, час											**Зачет с оценкой**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Управление собственным бизнесом: базовые понятия

Понятие «управление собственным бизнесом». Значение управления собственным бизнесом для занятия предпринимательством на профессиональной основе. Управление собственным бизнесом как направление менеджмента в экономике. Управление собственным бизнесом на стадиях его жизненного цикла. Бизнес-единицы в предпринимательстве. Государственная регистрация бизнес-единиц как предпосылка включения предпринимателей в управление собственным бизнесом. Основные учредительные документы бизнес-единиц. Предпринимательские компетенции бизнес-единиц. Бизнес-единицы как единицы управления собственным бизнесом. Командные высоты в бизнес-единицах для управления собственным бизнесом на стратегическом уровне. Соотношение стратегии и тактики в управлении собственным бизнесом. Делегирование предпринимателями управленческих полномочий в бизнес-единицах. Применение «фирменной» терминологии для управления собственным бизнесом.

Тема 2. Управление бизнес-процессами и бизнес-коммуникациями

Бизнес-процессы, результаты и ресурсы бизнеса как объекты управления в предпринимательстве. Бизнес-коммуникации как объекты управления в предпринимательстве. Сущность и критерии разграничения бизнес-коммуникаций. Критерии разграничения бизнес-коммуникаций. Добросовестные и недобросовестные бизнес-коммуникации. «Грязный» бизнес. Бизнес «по понятиям». Внутрифирменные бизнес-процессы. Внутрифирменные бизнес-коммуникации. Бизнес-коммуникации партнеров в общем бизнесе. Сотрудничество и соперничество партнеров в общем бизнесе. Бизнес-коммуникации с работниками бизнес-единиц. Внутрифирменное сотрудничество и соперничество работодателей с работниками. Внешнефирменные бизнес-процессы. Внешнефирменные бизнес-коммуникации. Бизнес-коммуникации с контрагентами. Бизнес-коммуникации на рынке труда. Маркетинговые бизнес-коммуникации с потребителями. Межфирменные бизнес-коммуникации с партнерами по бизнесу. Межфирменные бизнес-коммуникации с конкурентами. PR-коммуникации. GR-коммуникации. Смешанные бизнес-коммуникации. Смешанные бизнес-коммуникации, в которых сотрудничество сторон преобладает над их соперничеством. Смешанные бизнес-коммуникации, в которых соперничество сторон преобладает над их сотрудничеством.

Тема 3. Бизнес-моделирование, планирование, стимулирование, организация и контроль в управлении собственным бизнесом

Применение бизнес-моделей в управлении собственным бизнесом. Обоснование бизнес-идей в процессе разработки и построения бизнес-моделей. Структурные блоки современных бизнес-моделей. Бизнес-модель А. Остервальдера и И. Пинье: девять структурных блоков. Другие структурные блоки бизнес-моделей. Комплексные бизнес-модели. Планирова-

ние, стимулирование, организация и контроль в управлении собственным бизнесом. Бизнес-планирование в управлении собственным бизнесом. Организационная структура бизнеса. Влияние внешнего контроля на управление собственным бизнесом.

Тема 4. Предпринимательский селф-менеджмент

Задачи и объекты предпринимательского селф-менеджмента. Персональный трудовой ресурс предпринимателей. Личностные качества, склонности и способности людей, профессионально значимые в предпринимательстве. Личностные качества, склонности и способности людей как предпосылки занятия предпринимательством. Предпринимательские склонности и личностные качества людей. Предпринимательские способности людей. Ядро системы личностных предпосылок занятия предпринимательством. Личная профессиональная компетентность предпринимателей. Предприимчивость и предпринимательство. Предприниматели и предприимчивые люди. Предприимчивый подход к управлению собственным бизнесом в предпринимательстве. Предприимчивый подход к управлению персональным трудовым ресурсом в предпринимательстве. Предприимчивое отношение владельцев бизнеса к окружению в предпринимательстве. Предприимчивые и непредприимчивые предприниматели. Области предпринимательского селф-менеджмента. Управлением применением персонального трудового ресурса в ходе выполнения предпринимательских функций. Управлением подготовкой персонального трудового ресурса для последующего применения. Моделирование и планирование в предпринимательском селф-менеджменте. Предпринимательская самоорганизация. Управление людьми моделями своего поведения в процессе занятия предпринимательством. Модели поведения в предпринимательстве. Поведенческие способы воздействия предпринимателей на окружение. Участие предпринимателей в поведенческих играх. Коммуникационные технологии в предпринимательстве. Мотивация в предпринимательском селф-менеджменте. Самоконтроль в предпринимательском селф-менеджменте.

Тема 5.Классификационные признаки бизнес-единиц

Разграничение бизнес-единиц по организационно-правовым формам предпринимательства. Юридические лица в российском предпринимательстве. Коммерческие и некоммерческие бизнес-единицы. Разграничение бизнес-единиц по размерам. Разграничение бизнес-единиц по величине стоимости бизнеса и степени его специализации или диверсификации. Разграничение бизнес-единиц как субъектов международного предпринимательства. Разграничение бизнес-единиц как субъектов международного предпринимательства. Предпринимательство за рубежами страны регистрации. Многонациональные компании. Совместные предприятия.

Тема 6. Частное и коллективное предпринимательство

Частное предпринимательство и частная собственность. Частное предпринимательство без образования юридического лица. Частное предпри-

нимательство на основе образования юридического лица. Коллективное предпринимательство. Виды коллективного владения бизнесом. Предпринимательство на основе кооперативной собственности. Предпринимательство на основе групповой собственности. Предпринимательство на основе ассоциированной собственности.

Тема 7. Предпринимательство на основе долевого владения бизнесом

Особенности предпринимательства на основе долевого владения бизнесом. Общество с ограниченной ответственностью. Ответственность и права участников общества с ограниченной ответственностью в сфере управления бизнесом. Хозяйственное партнерство. Полное товарищество. Товарищество на вере. Простое товарищество.

Тема 8.Предпринимательство на основе акционерной собственности

Основы акционерного предпринимательства. Непубличное акционерное общество. Публичное акционерное общество. Учреждение акционерного общества, оплата и разнообразие его акций. Управленческие процедуры в акционерном обществе

Тема 9. Государственное предпринимательство

Основы государственного предпринимательства. Ведомственные (бюджетные) предприятия. Акционерные компании со смешанным капиталом. Государственные и публичные корпорации.

Тема 10.Предстартовая стадия в предпринимательстве

Разграничение стартапа и предстартовой стадии в предпринимательстве. Вечные вопросы бизнеса. Разработка бизнес-идеи нового бизнеса, части 1, 2: ответы на вопросы «для чего?» и «для кого?». Предпринимательская миссия. Разработка бизнес-идеи нового бизнеса, часть 3: ответы на вопрос «что?». Эффект изюминки нового бизнеса. Классификации стартапов в зависимости от предмета бизнеса. Разработка бизнес-идеи нового бизнеса, часть 4: ответы на вопрос «как?». Разработка бизнес-идеи нового бизнеса, часть 5: ответы на вопрос «кто?». Разработка бизнес-идеи нового бизнеса, части 6, 7: ответы на вопросы «с кем?» и «против кого?». Разработка бизнес-идеи нового бизнеса, часть 8: ответы на вопрос «где?». Составление предстартовой бизнес-модели нового бизнеса и подготовка дорожной карты стартапа.

Тема 11.Учреждение новой бизнес-единицы на предстартовой стадии

Цели создания новых бизнес-единиц. Учредительский цикл. Договоренности о формировании круга учредителей стартап-фирм. Инвесторы как партнеры в общем бизнесе. Венчурные (посевные) инвесторы. Инвестиционные компании. «Три Д» инвесторы. Краудфандинг. Бутстрэппинг. Предметы договоренностей между инициаторами стартапов и инвестора-

ми. Процесс достижения договоренностей между инвесторами и инициаторами стартапов. Составление основных учредительных документов новых бизнес-единиц. Предрегистрационные процедуры в процессе учреждения новых бизнес-единиц.

Тема 12. Управление бизнесом на стадии проведения стартапа

Функциональные задачи стартапа нового бизнеса и фазы его проведения. Блоки производственных и коммерческих задач стартапов. Производственные задачи стартапов. Синхронизация производства и сбыта. Пользовательские сценарии и ценностные предложения. Монетизация стартапов. Блоки экономических и финансовых задач стартапов. Экономическое обустройство стартапов. Финансовые показатели новых бизнес-единиц. Блок организационно-документационных задач стартапов. Создание внутрифирменных регламентов и документооборота новой бизнес-единицы. Тимбилдинг: создание команд стартап-проекта. Кадровое обустройство нового бизнеса. Подбор и отбор претендентов. Создание системы менеджмента персонала. Сплочение команд стартап-проекта. Формирование организационной культуры новых бизнес-единиц. Отладка внешнефирменных бизнес-коммуникаций в период проведения стартапа. Обеспечение безопасности собственного стартапа. Раскрутка нового бизнеса. Задачи раскрутки нового бизнеса. Направления раскрутки нового бизнеса. Инструменты раскрутки бизнеса. Блок аналитических задач стартапов. Блок управленческих задач стартапов. Итоговая матрица «Функциональные задачи и фазы проведения стартапа».

Тема 13. Управление развитием бизнеса в период его конкурентной устойчивости

Задачи и направления развития бизнеса в период его конкурентной устойчивости. Внесение качественных изменений в бизнес. Реструктуризация корзины предложений. Технологическая реконструкция бизнеса. Комплексное обновление персонала бизнес-единиц. Ревизия предпринимателями личных стратегий развития собственного бизнеса. Реинжиниринг бизнес-процессов. Новое позиционирование в бизнес-коммуникациях. Управленческий реинжиниринг бизнес-единиц. Кардинальное изменение имиджа бизнес-единиц. Ребрендинг бизнес-единиц. Управление процессом внесения изменений в бизнес. Управление ростом бизнеса.

Тема 14. Реформирование бизнес-единиц

Обновление состава участников бизнес-единиц. Существенное перераспределение долей участия в бизнес-единицах. Приобретение бизнес-единицами долей участия в других бизнес-единицах. Создание холдинговых компаний. Транснациональное предпринимательство и транснационализация деятельности бизнес-единиц. Преобразование бизнес-единиц посредством их слияния и присоединения. Межфирменные предпринимательские объединения. Финансово-промышленные группы. Преобразование бизнес-единиц посредством их разделения и выделения. Реорганизация бизнес-единиц на основе изменения организационно-правовой формы

предпринимательства. Разгосударствление государственных предприятий. Национализация негосударственных бизнес-единиц.

Тема 15.Прекращение предпринимательской деятельности

Предпосылки управления бизнес-процессами по выходу из бизнеса. Прямая продажа бизнеса новым владельцам в предпринимательстве. Содержание сделки по продаже бизнеса. Ответственность по сделке продажи бизнеса и доходы от нее. Проведение сделки по продаже бизнеса. Продажа бизнеса посредством первичного публичного размещения акций бизнес-единиц. Учредительская прибыль. Безвозмездная передача бизнеса в новые руки. Ликвидация бизнес-единиц. Банкротство бизнес-единиц. Типы банкротства бизнес-единиц. Процедура наблюдения за имуществом фирмы-должника. Процедура внешнего управления бизнес-единицей. Процедура санации. Процедура конкурсного производства в отношении фирмы-банкрота. Заключение мирового соглашения.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, лабораторный практикум, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся по участию в лекции

Перед лекцией необходимо прочитать соответствующую рассматриваемой теме главу учебника. Особое внимание стоит обращать на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, выводы и практические рекомендации.

На лекции стоит задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

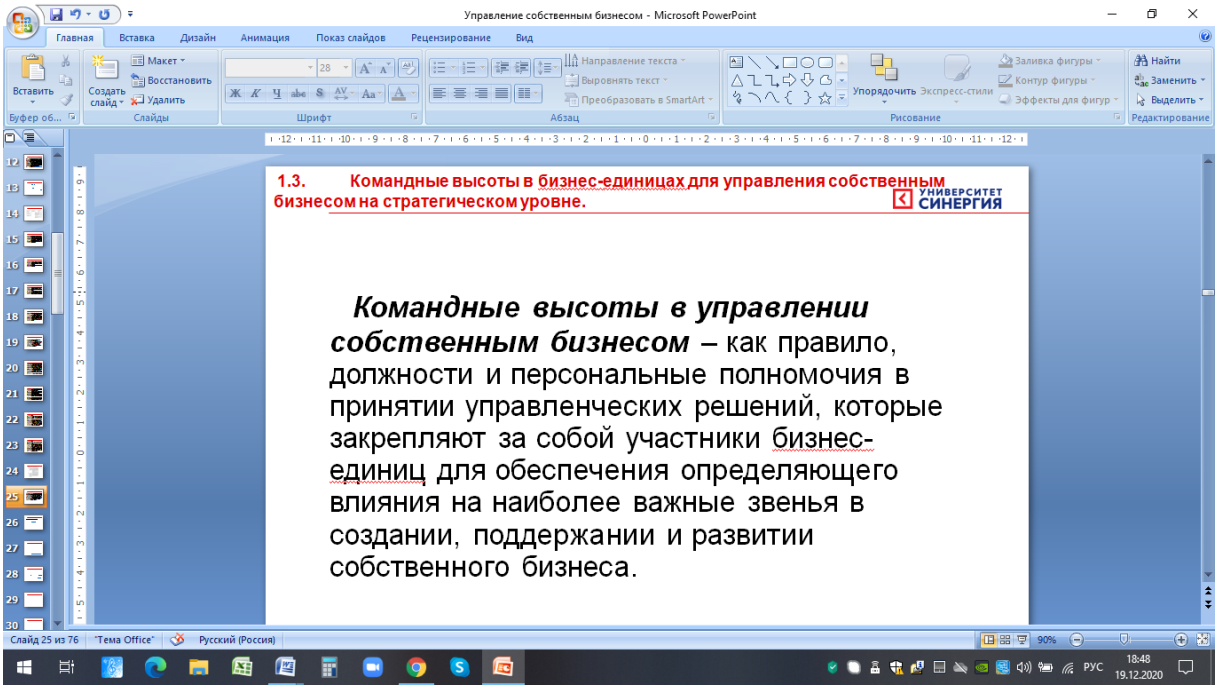
Любая лекция должна иметь логическое завершение, выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, в конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции. Также в конце лекции преподавателю следует анонсировать какие конкретно вопросы лекции будут рассматриваться на практических занятия, как лучше студентам подготовиться к данным занятиям.

При подготовке к лекции преподавателю необходимо подготовить материал «презентационного» характера в программном приложении Power Point пакета Microsoft Office согласно фирменному стилю Акаде-

мии. Презентации дают возможность подать лекционный материал в привлекательном виде. Целью презентации является визуальное представление замысла автора, максимально удобное для восприятия конкретной аудиторией и побуждающее ее на позитивное взаимодействие с объектом и/или автором презентации. Как правило, презентация по дисциплине «Управление собственным бизнесом» включает в себя определения, схемы, таблицы, требующие пояснения преподавателя в ходе проведения лекционных занятий.

Пример

Слайд лекции:



Пояснение к слайду:

Становясь участниками зарегистрированных бизнес-единиц, предприниматели создают в них административные вертикали управления, в которых отводят себе командные высоты в бизнес-единицах и тем самым – в управлении собственным бизнесом. Термин «командные высоты» был привнесен в предпринимательство из военного дела, теперь он широко применяется и в политике. В политике под командными высотами понимаются позиции, которые позволяют оказывать заинтересованному лицу оказывать определяющее или решающее влияние на наиболее важные процессы.

В учебнике по управлению собственным бизнесом на странице 34 второй абзац сверху представлено определение командных высот в управлении собственным бизнесом, отраженное на демонстрируемом слайде.

Поясняя данное определение, отметим, что владельцы бизнеса вправе занимать должности индивидуального предпринимателя, председателя или члена совета учредителей бизнес-единицы, председателя или члена совета директоров бизнес-единицы. Подобным должностям всегда сопутствуют особые полномочия в части управления собственным бизнесом. Однако управленческие полномочия могут принадлежать владельцам биз-

неса и без занятия ими специальных должностей. Так происходит в случаях, если профессиональный авторитет, административные ресурсы или лидерские качества владельцев бизнеса имеют непререкаемый характер, и менеджеры считают за благо советоваться с ними по ключевым вопросам развития бизнеса. Кроме того, владельцы бизнеса вправе закреплять за собой высшие или иные управленческие должности, например, должность генерального (исполнительного) директора, главного конструктора, исполнительного вице-президента, директора по направлению деятельности и др. В условиях, когда успех в делах приходит к владельцам бизнеса в обстановке постоянной конкуренции и рисков, занятие ими командных высот в управлении бизнесом позволяет сосредоточить внимание на главном. Это главное – разработка, внедрение предпринимательских стратегий и обеспечение следования бизнес-единицами данным стратегиям.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении семинара

Главная цель семинарского занятия – расширение знаний по наиболее сложным теоретическим и терминологическим вопросам изучаемой темы, которые не получили дополнительного освещения.

Семинар предназначен для углубленного изучения предмета, овладение методологией, применительно к особенностям изучаемой дисциплины.

Цели семинара: углубление, систематизация и закрепление знаний по дисциплине; проверка знаний; привитие умений и навыков самостоятельной работы с литературой; формирование умения аргументировано отстаивать свою точку зрения, отвечать на вопросы преподавателя; умение слушать других, задавать вопросы.

Функции семинарского занятия:

-учебная (углубление, конкретизация, систематизация знаний, усвоенных во время занятий и в процессе самостоятельной подготовки к семинару);

- развивающая (развитие логического мышления обучающихся, приобретение ими умений работать с различными литературными источниками, формирование умений и навыков анализа фактов, явлений, проблем и т.д.);

- воспитательная (воспитание ответственности, работоспособности, воспитание культуры общения и мышления, привитие интереса к изучению предмета);

- диагностическая, коррекционная и контролирующая (контроль за качеством усвоения обучающимися учебного материала, выявление пробелов в его усвоении и их преодоления).

Семинар призван способствовать наиболее полному раскрытию содержания обсуждаемой на нем темы, обеспечить наибольшую активность обучающихся в решении познавательных и воспитательных задач. Гибкость видов семинарских занятий позволяют преподавателю наиболее полно осуществлять обратную связь с обучающими, выясняя для себя ряд

вопросов, имеющих важное значение для постановки всего учебного процесса.

Примеры:

Задание 1. Изучив параграф 2.1, 2.2., ответьте на вопросы: Как соотносятся процессы, результаты и ресурсы в бизнесе? Правомерно ли определять их в качестве объектов управления в предпринимательстве?

Что понимается под бизнес-процессами? Какие процессы ходят в их состав? Какое место в цепочке бизнес-ресурсы – бизнес-процессы – бизнес-результаты занимают бизнес-коммуникации? Какую роль играют деловые коммуникации в деятельности каждой бизнес-единицы?

Способами взаимодействия сторон бизнес-коммуникаций являются бизнес- коммуникаты. Перечислите известные вам устные, письменные либо иные сообщения, адресуемые одной из сторон бизнес-коммуникаций другим их сторонам. Приведите примеры классификаций различных видов коммуникаций?

По каким критериям разграничивают добросовестные и недобросовестные бизнес-коммуникации? Каким образом государство обеспечивает гарантии безопасности бизнеса, его устойчивости и взаимного доверия? Что происходит, если закон не обеспечивает надежности добросовестных бизнес-коммуникаций?

Задание 2. Изучив параграф 2.1, 2.2., ответьте на вопросы теста. Прочитайте задания и выберите правильный вариант ответа:

1. Взаимное переплетение сотрудничества и соперничества сторон бизнес-коммуникаций называют:

а) конкуренцией;

б) коокуренцией;

в) интеграцией;

г) кооперацией.

2. Под бизнес-коммуникациями понимаются:

а) способы взаимодействия с окружением, которые владельцы бизнеса устанавливают и воспроизводят в процессе деятельности;

б) сделки между бизнес-единицами;

в) совокупность деловых контактов между менеджерами различных уровней и сотрудниками.

3. Внутрифирменные бизнес-коммуникации охватывают взаимоотношения работников бизнес-единиц между собой, а также они охватывают взаимоотношения владельцев бизнеса…

а) с другими совладельцами бизнеса;

б) нанятыми работниками;

в) их партнерами в общем бизнесе и нанятыми работниками.

4. Реклама выполняет следующие функции:

а) информационную, увещевательную, напоминающую;

б) информационную, убеждающую, предупреждающую;

в) напоминающую, раздражающую, осведомляющую.

5. Основой бизнес-коммуникаций с партнерами в общем бизнесе является:

а) сотрудничество и соперничество;

б) только сотрудничество;

в) только соперничество.

6. Субъектами предпринимательства используются такие инструменты внутрифирменных бизнес-коммуникаций с персоналом, как…

а) штатное расписание бизнес-единицы и списочная численность работников;

б) кадровая политика бизнес-единицы;

в) штатное расписание бизнес-единицы, списочная численность работников, кадровая политика бизнес-единицы.

7. В каких полномочиях выражаются права партнеров в общем бизнесе?

а) только в административных;

б) только в имущественных;

в) и в административных, и в имущественных.

8. Трудовые коммуникаты, кроме формальных документов, включают:

а) только устные договоренности;

б) только «понятийные соглашения»;

в) ничего больше не включают;

г) устные договоренности и «понятийные соглашения».

9. Что представляют собой позиции сторон в бизнес-коммуникациях?

а) Устные, письменные либо иные сообщения, адресуемые одной из сторон бизнес-коммуникаций другим их сторонам.

б) Место по отношению к другой стороне тех или иных коммуникаций.

в) Полномочия владельцев бизнеса в процессе управления бизнесом.

10. Наиболее важным (из приведенного ниже) для сотрудничества предпринимателей в профессиональном предпринимательстве является:

а) дружба и товарищеские отношения между партнерами;

б) этническая (национальная) общность партнеров;

в) наличие профессиональных компетенций партнеров.

11. Главная формула концепции предпринимательского маркетинга – это…

а) «Продавать то, что производится, а не производить то, что покупается»;

б) «Производить то, что покупается, а не продавать то, что производится»;

в) «Производить то, что продается, а не продавать то, что покупается».

12. К совокупности внешнефирменных бизнес-коммуникаций, в которых участвуют бизнес-единицы не относятся:

а) PR-коммуникации;

б) GR-коммуникации;

в) бизнес-коммуникации с нанятыми работниками;

г) бизнес-коммуникации с контрагентами.

13. Аутсорсинг – это…

а) полная передача административных полномочий по ведению дел команде нанятых управляющих;

б) делегирование владельцами бизнеса полномочий по управлению частями своего бизнеса (бизнес-процессами) сторонним организациям;

в) договор коммерческой концессии.

14. GR-коммуникации предпринимателей с правоохранительными органами преследуют цели…

а) обеспечения дополнительных гарантий безопасности собственного бизнеса, а также создания угроз конкурентам;

б) давления на данные структуры для выполнения ими своих обязанностей и соблюдения закона;

в) «проталкивания» нужных решений.

15. В бизнес-коммуникациях владельцев бизнеса с работниками объектами отношений являются:

а) исключительно профессиональная квалификация сторон

б) только степень результативности труда;

в) профессиональная квалификация сторон, степень результативности труда, качество рабочих мест и условия труда.

16. К инструментам бизнес-коммуникаций с потребителями, когда применяются методы краткосрочного побуждения потребителей к совершению покупок (товаров, услуг, работ) относится:

а) реклама;

б) стимулирование сбыта;

в) паблисити;

г) персональные продажи;

д) обучение.

17. Установите в правильной последовательности этапы процесса управления внутрифирменными бизнес-коммуникациями с сотрудниками:

а) контроль работы персонала бизнес-единицы;

б) организация труда нанятых сотрудников бизнес-единицы;

в) стимулирование сотрудников бизнес-единицы;

г) планирование кадрового потенциала бизнес-единицы;

д) моделирование работы персонала бизнес-единицы.

18. Под односторонними бизнес-коммуникациями понимается:

а) бизнес-коммуникации, которые осуществляются двумя сторонами;

б) бизнес-коммуникации, которые состоят в действиях субъектов предпринимательства, не вызывающих встречных реакций представителей окружения;

в) бизнес-коммуникации, которые осуществляются через посредников;

г) бизнес-коммуникации, которые осуществляются для заключения сделок.

19. Недобросовестное партнерство проявляется в:

а) вытеснение партнеров из общего дела;

б) сотрудничестве сторон по продаже одноименных товаров;

в) пренебрежение оговоренными интересами партнеров;

г) персональных продажах.

20. Под опосредованными бизнес-коммуникациями понимается:

а) бизнес-коммуникации, которые осуществляются двумя сторонами;

б) бизнес-коммуникации, которые состоят в действиях субъектов предпринимательства, не вызывающих встречных реакций представителей окружения;

в) бизнес-коммуникации, которые осуществляются через посредников;

г) бизнес-коммуникации, которые осуществляются для заключения сделок.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс-стадии) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимися умений командной работы навыков выработки самостоятельных решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, преподаватель информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- предложить Ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе;

- принять участие в моделируемой дискуссии при обсуждении всех ответов участников по поводу порядка, технологии совершения тех или иных действий по разрешению ситуации.

По итогам проведения ситуационного практикума обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю.

Алгоритм работы с кейсом

1. Ознакомление с сюжетом, ситуацией (5-10 минут) Название кейса, как правило, краткое и запоминающее.
2. Формулирование проблемы (5-10 минут).

3. Выдвижение гипотетических ответов на проблемный вопрос (мозговой штурм внутри групп) (5-10 минут).
4. Попросить представить устное/письменное решение кейса, т.е. развернутый ответ на проблемный вопрос (индивидуальная письменная работа).
5. Проверка гипотез на основе информации сюжета и других доступных источников информации (10-15 минут).

Пример

Задание 1. Изучите материал кейса №3 и ответьте на вопрос: о каких современных трендах внутренних коммуникаций в нашей стране идет речь в материалах кейса?

Кейс №3 «Подъёжики»: от лояльности к имиджу или тренды внутренних коммуникаций. Автор Иван Елисеев[1]

Агентство стратегических событий Подъёжики — эксперт на российском рынке деловых событий. Каждый год компания проводит десятки стратегических сессий и конференций для крупнейших брендов. Аналитики агентства провели исследование брифов с 2016-й по 2018-й года, по которым можно судить о трендах внутренних коммуникаций в нашей стране.

2016 год

Основные задачи

1) Повысить лояльность сотрудников и укрепить командный дух офисных сотрудников с помощью командных заданий на мероприятии.

2) Развлечь и вдохновить сотрудников.

3) Создать благоприятную атмосферу для общения сотрудников и руководства.

Тренд года

После «кризисного» 2015-го многие компании взяли курс на экономию и оптимизацию ресурсов во внутренних коммуникациях. «Командные задания» и «развлечь и вдохновить» на деловых мероприятиях — следствие экономии на отдельных тимбилдингах и развлекательных ивентах.

Таким образом, ежегодная конференция или стратегическая сессия была большим мультифункциональным ивентом, решающим широкий спектр бизнес-задач.

2017 год

Основные задачи

1) Мобилизовать команду сотрудников с помощью мероприятия и признать лучших сотрудников за временной период.

2) Дать возможность выдохнуть и провести время с пользой всем участникам мероприятия.

Тренд года

Стабилизация общей экономической ситуации в 2017-м вернула в

1 https://www.sostav.ru/publication/ivan-eliseev-podezhiki-ot-loyalnosti-k-imidzhu-ili-trendy-vnutrennikh-kommunikatsij-36895.html

календари крупных компаний спортивные и развлекательные мероприятия. Деловые события 2017-го — чаще всего «только про бизнес». Поэтому команду необходимо «мобилизовать», лучших сотрудников наградить («признать») и развить их навыки («время с пользой»).

2018 год

Основные задачи

1) Объединить команду и подчеркнуть общий командный дух сотрудников.

2) Повысить имидж и престиж компании в лице ключевых партнеров с помощью качественно организованного мероприятия.

3) Создать возможность внутри мероприятия решать имеющиеся вопросы при личном контакте с коллегами.

Тренд года

В прошлом году до российского рынка дошел мировой тренд объединения внутренней и внешней коммуникации — деловые мероприятия стали восприниматься заказчиками как имиджевые. В остальном бизнес-события оставались площадкой для сплочения коллектива и улучшения взаимоотношений в нем.

Анастасия Шиховцова, руководитель направления по развитию корпоративной культуры КРОК:

Наш подход к корпоративным мероприятиям заключается в нативной интеграции в них бизнес-составляющей. Для каждого события мы создаем ключевое сообщение, которое ложится в основу креативной концепции и работает на максимальную вовлеченность сотрудников.

Это может быть вовлечение в продукт, инициативу или бренд. Как правило, мы готовим один яркий месседж, который можно легко пересказать. Ежегодно мы отмечаем день рождения компании масштабным мероприятием с определенной темой.

В 2018 году такой темой было продуктовое мышление — сотрудники работали в командах, делали b2c-стартап, отвечающий вызовам будущего. Каждый год — это новая концепция, где через геймификацию мы развиваем у сотрудников тягу к инновациям и их креативный потенциал.

В целом, запросы клиентов за последние три года не поменялись радикально. Это в первую очередь касается необходимости объединения команды и признания её лучших участников. Но если обратить внимание на нюансы, можно сделать два вывода о развитии внутренних коммуникаций в России:

1. Переход от стремления повысить лояльность сотрудников к работе над имиджем компании. Это своеобразный сдвиг в мышлении работодателей — мы не удерживаем сотрудников, а стремимся сделать это место работы настолько привлекательным, чтобы уходить им и не хотелось.

2. Переход от мультифункциональных ивентов к монофункциональным событиям. Компании отходят от стремления «объять необъятное» — и наградить, и сплотить, и обучить, и вдохновить, и пообщаться, и тимбилдинг провести. Хорошее деловое мероприятие 2019-го решает 1−2 задачи, но делает это эффективно и с продленным эффектом.

Таким образом, главные ориентиры во внутренних ивентах на 2019-й — это трансляция имиджа компании и решение небольшого количества очень конкретных бизнес-задач.

Игорь Волков, Head of Internal Communications S7:

Если говорить о внутренних деловых событиях S7, то я могу выделить тренд на переход от множества задач в рамках одного ивента к более четкой фокусировке на конкретных бизнес-целях. Верхнеуровненевые задачи не решаются однократным мероприятием, поэтому имеет смысл говорить о трехлетнем горизонте планирования ивент-стратегии во внутренних коммуникациях.

Многие крупные российские компании давно пришли к пониманию, что успешность компании во многом определяется сильной корпоративной культурой, когда сотрудники на всех уровнях понимают и разделяют ценности. Это делает компанию открытой к изменениям.

Нам важно, чтобы наши ивенты способствовали пропаганде наших ценностей; вокруг этого мы строим повестку ивента. Все выступающие спикеры, линейные руководители должны служить ролевой моделью. В крупных компаниях это сделать сложно, но необходимо. Наши бизнесовые ивенты подчинены этой задаче.

Методические указания по организации дидактической игры

В отличие от кейса, который нацелен на анализ чужого опыта, дидактическая игра носит имитационный характер и нацелена главным образом на получение участниками собственного опыта. Главной же задачей дидактической игры является формирование у участников ключевых профессиональных компетенций посредством погружения участников в среду, имитирующую бизнес-среду с происходящими реальными бизнес-процессами.

Подготовить и провести дидактическую игру - процесс творческий. Поэтому конструирование игры носит на себе отпечаток личности автора. Зачастую, взяв модель уже разработанной игры, можно изменить отдельные ее элементы или полностью подменить содержание без изменения модели.

Разрабатывая игру, необходимо помнить, что чем больше свобода выбора решений, тем охотней игроки включаются в процесс. Сюжет игры должен представлять собой постоянное столкновение интересов обучающихся. Можно выделить следующие основные этапы разработки игры:

1. Постановка проблемы;

2. Выбор темы;

3. Анализ главных закономерностей создаваемой игры: соотношения, связи, роли, субординация между игроками и т.д;

4. Разработка сценария, состоящего из игровых событий;

5. Создание наиболее вероятного списка решений игроков в каждом игровом событии;

6. Разрабатывается система оценок. Стоит отметить, что не всегда в

игре возможно применение количественной оценки. В этом случае применяется метод экспертной оценки;

7. Формулировка правил игры;

8. Предварительная отладка игры.

Успех дидактической игры напрямую связан с качеством ее проведения. Ведущий должен грамотно организовать следующие этапы:

1. «Запуск» игры. Ведущий знакомит игроков с целью игры, с ее описанием. Он распределяет роли, представляет игрокам вводную ситуацию и информационные данные. На этом этапе крайне важным является создание настроя и атмосферы предстоящей игры.

2. Корректировка игры. Из-за затянувшихся рассуждений или из-за неверно выбранной методики решения поставленной задачи игра может затянуться или превратиться в плохо контролируемый процесс. В этом случае ведущий обязан скорректировать ход игры, но таким образом, чтобы не нарушить ее атмосферы. К примеру, часть игроков можно отправить «в командировку» с дополнительным заданием, за основу рассуждений можно принять дополнительно поступившие документы или условия, ведущий может исполнить роль приглашенного со стороны консультанта.

3. Создание дискомфортной среды в группе игроков. Необходимо, чтобы группа игроков оставалась остросоциальной средой, а не средой комфортного психологического общения, при которой чувство защищенности может не позволить решить поставленную перед группой проблему.

4. Предотвращение сплочения группы на основании чего-либо, не связанного с игрой. Вред результативности игры может нанести недовольство игроков неожиданными поворотами сценария, личностью ведущего, распределением ролей, успехами команд-соперников. Игроки должны понять, что успех зависит не столько от сценарной постановки игры, сколько от их участия в игре.

5. Учет индивидуальных особенностей личности. При распределении ролей следует учитывать психологические особенности игроков: ярко выраженный индивидуализм, повышенная или пониженная самооценка, лидерские качества и т.д.

6. Обсуждение игры участниками выводится за рамки самой игры и проводится после ее окончания.

Оценка работы игроков и команд.

Оценка задач, имеющих конкретное решение и ответ, не должна вызывать затруднения ведущего. Применяемый в некоторых случаях метод экспертных оценок, чаще всего отслеживает следующие аспекты:

1. Общая активность группы (может подразделяться на интеллектуальную и эмоциональную);

2. Степень организованности группы (лидерство, эффективность совместной деятельности, быстрота реагирования на внешние воздействия);

3. Степень индивидуальной активности (соответствие отведенной в игре роли, личный вклад в общее дело, нестандартный подход к решению задач).

Тема 13. Управление развитием бизнеса в период его конкурентной устойчивости Учебник Рубина Ю.Б. Управление собственным бизнесом. – М.: МФПУ «Синергия», 2021 Глава 13

Цель игры – приобрести практические навыки оценки и анализа внешних изменений и принятия соответствующего решения с учетом состояния организации. Одним из характерных признаков преуспевающих компаний является непрерывное реагирование на любые изменения. Необходимость перемен особенно остро ощущают те, кому по долгу службы приходится руководить в постоянно меняющихся обстоятельствах. Чтобы не потерять контроль над переменами, нужно точно оценивать и использовать ресурсы и возможности, которыми располагает организация.

Перед руководителем постоянно встают вопросы, на которые нужно давать ответы:

1. Каким образом заблаговременно обнаружить внешние изменения, влияющие на условия работы организации?

2. Как отреагировать на изменения с минимальными затратами и наибольшей эффективностью?

В настоящее время руководитель все чаще сталкивается с одной и той же дилеммой: планировать заблаговременно проведение в будущем реформ или ждать, когда к этому вынудят обстоятельства. Вопрос очень важный, так как реагировать на происходящие вокруг изменения недостаточно быстро или недостаточно эффективно – равносильно тому, чтобы не реагировать совсем.

Для наибольшей эффективности принимаемых решений и многостороннего их анализа руководители предпочитают обращаться к бизнес-консультантам. Последние дают аргументированные советы, помогающие предпринимать оптимальные действия.

В ходе деловой игры участники решают следующие задачи:

- анализируют состояние организации;

- оценивают варианты выхода из трудной ситуации и выбирают наиболее целесообразный из них.

Порядок проведения

В начале игры участники делятся на четыре группы (в каждой по 2–4 чел.), три из которых представляют бизнес-консультантов различных фирм, четвертая – дирекцию крупной процветающей полиграфической фирмы. Группы формируются случайным образом.

Затем участники рассаживаются на отведенные игровые места и получают раздаточный материал. Ведущие знакомят игроков с условиями игры: крупной процветающей полиграфической фирме

необходимо наиболее эффективно вложить свободную сумму денег. У директора данной организации имеется три варианта вложения, проверить эффективность которых он поручает бизнес-консультантам. Директору в целях информирования консультантов необходимо рассказать о своей компании и о предложенных к рассмотрению проектах. В конце игры дирекция выберет один из вариантов.

Ознакомившись с условиями игры, каждая группа приступает к выполнению поставленных перед ней задач. Далее каждая игровая команда, консультантов, объявляет результаты внутригруппового обсуждения. При этом члены других команд могут задавать уточняющие

вопросы. Группа, представляющая дирекцию фирмы, также задает уточняющие вопросы и, посовещавшись, объявляет свое аргументированное решение о том, какой из вариантов вложения денежных средств она считает наиболее целесообразным.

Состав игровых групп:

- дирекция крупной полиграфической компании – 2–3 чел.;
- бизнес-консультанты – три группы по 3–4 чел.

Регламент игры:

- формирование групп – 5 мин;
- ознакомление с раздаточным материалом – 5 мин;
- презентация дирекцией своей компании – 5 мин;
- работа внутри группы – 25 мин;
- обсуждение полученных результатов между группами – 30 мин;
- заключительное выступление дирекции – 10 мин;
- разбор игры – 10 мин;
- итого – 1 ч 30 мин.

Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов

Лабораторный практикум необходимы для того, чтобы, во-первых, студенты вовлекались в учебный процесс посредством полученных индивидуальных заданий, при выполнении которых у студентов формировались бы определенные группы компетенций, во-вторых, при выполнении лабораторных практикумов у студентов формировались бы навыки последовательного выполнения полученных индивидуальных заданий, в-третьих, выполнение лабораторных практикумов необходимо для формирования навыков обмена личным опытом, полученным при выполнении индивидуальных заданий с другими студентами, в-четвертых, лабораторные практикумы позволяют студентам пополнять определенные разделы своего курсового проекта.

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;
- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы.

В ходе выполнения практикума необходимо использовать рекомендованные учебные материалы, источники Интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Порядок проведения практикума:

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.
2. Выполнение заданий практикума.
3. Подготовка отчета о выполнении практикума.
4. Сдача выполненного задания преподавателю.

Пример:

Для обоснования создания информационного продукта (запуска стартапа) в рамках требований к работе необходимо описать предприятие:

1. Перечислить 1-3 главные проблемы, с которыми сталкивается предприятие в ходе своей работы
2. Как решаются эти проблемы сейчас (тяжело, дорого, невозможно и т.д.)?
3. Описать возможные решения для каждой проблемы, то есть, как будут решены проблемы.
4. Проанализировав возможные решения выбрать наиболее оптимальное, свой выбор обосновать.
5. Описать самое главное конкурентное преимущество предприятия.
6. Как клиент узнает о предприятии. Привести каналы, из которых клиент узнает о предприятии (соцсети, контекстная реклама, медийная реклама, баннеры, канал Ютуб, TV, билборды и т.д.)
7. Перечислите целевых клиентов/потребителей предприятия.
8. Опишите потенциального клиента/потребителя предприятия.
9. Структура доходов и расходов предприятия.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем учебной дисциплины. Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу «Управление собственным бизнесом» определяется учебным планом.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине «Управление собственным бизнесом» включает в себя:

1) Изучение темы 9 «Государственное предпринимательство», используя учебник Рубина Ю.Б. Управление собственным бизнесом. – М.: МФПУ «Синергия», 2021 Глава 9.
2) Подготовка к аудиторным занятиям которая направлена на решение следующих задач:

   при подготовке лекции - развитие способности к чтению научной и специальной литературы, позволяющей разобраться в поставленных вопросах;

   при подготовке к семинару - выделение необходимой информации

при работе с разными источниками, требующей полного ответа на вопросы плана семинарского занятия;

при подготовке к лабораторному практикуму – во-первых, выполнение индивидуального задания, подготовленного преподавателем, во-вторых, подготовка собственного выступления по обсуждаемым вопросам;

при подготовке к тренингу – подготовка к выполнению упражнений, результатом выполнения которых является обретенный новый опыт, новые знания, сформированные умения и навыки;

при подготовке к ситуационному практикуму - формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем.

3) Подготовка к зачету и экзамену по дисциплине включает в себя просмотр всего материала учебника Рубина Ю.Б. Управление собственным бизнесом. – М.: МФПУ «Синергия», 2021, отмечая для себя трудные вопросы, которые следует задать преподавателю во время консультации к экзамену.

Пример:

Подготовить доклад по теме 9 «Государственное предпринимательство» на тему:

1. Основы государственного предпринимательства.
2. Ведомственные (бюджетные) предприятия.
3. Акционерные компании со смешанным капиталом.
4. Государственные и публичные корпорации.

Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы, умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства.

Методические указания для обучающихся по подготовке к тренингу

Цель тренинга – повышение компетентности в общении при решении профессиональных задач, направленных на овладение ключевых предпринимательских компетенций.

Одним из эффективных методов, обеспечивающих повышение уровня профессионального самосознания, является система специально разработанных бизнес тренингов, ориентированных на позитивные изменения в осознании субъектом себя в каждом из видов будущей профессиональной деятельности.

До проведения комплекса тренинговых упражнений обучающиеся имеют в общении преимущественно объектные отношения. Главным результатом проведения комплекса тренинговых упражнений должна стать

субъектная позиция в общении, способствующая развитию ценностного самоотношения, интегративного комплекса знаний, умений и навыков в области предпринимательства.

Пример:

Выбор профессии — такая же вечная тема, как любовь. И последствия профессионального выбора для каждого человека не менее значительны, чем выбор спутника жизни. Правильный выбор профессии позволит вам полностью реализовать свой потенциал, избежать разочарования, оградить себя и свою семью от нищеты и неуверенности в завтрашнем дне. Тренинг профессионального самоопределения, который мы сегодня проведём, дает возможность осознать мотивы будущей профессиональной деятельности и научиться ее планировать.

Часть I. Мотивы и потребности

У рабочих, возводящих Шартрский собор, спрашивали, что они делают. Один говорит: «Я таскаю камни». Другой: «Зарабатываю на пропитание». Третий: «Строю храм».

В трех ответах людей, занятых одним делом, отражены основные мотивы трудовой деятельности. Мотив — это причина, лежащая в основе выбора всех действий и поступков человека. Большинство наших мотивов выражается в виде ответа на вопрос: для чего я это делаю? «Я учусь, для того чтобы…» «Я хочу получить профессию… чтобы…»

Ответьте на вопросы:

• Ради чего я учусь? Ради чего я собираюсь работать предпринимателем?

Для каждой профессии существует свой минимальный уровень способностей, позволяющий выполнять профессиональные действия, а более высокий уровень профессионализма определяется мотивацией и системой ценностей человека. Нередко человек, наделенный множеством замечательных качеств, не может полностью реализовать свой профессиональный потенциал — мешает отсутствие мотивации, то есть побуждений к действиям — «природная лень не дает развиваться природным талантам» (Ю. Рыбников).

Для начала вы определите мотивацию в отношении профессии.

Мотивация - это побуждения, вызывающие активность организма и определяющие ее направленность. Важнейшим условием профессиональной самореализации личности являются не столько способности, сколько мотивация человека и его жизненныецели. Мотивация — это двигатель человеческих поступков.

«Определение мотивации»(по методике Е. Головахи)

Прочитайте приведенные ниже суждения о профессиях и выберите два из них, наиболее соответствующие вашим взглядам.

1. В наибольшей степени реализовать свои физические возможности, проявить силу, ловкость, волевые качества	5. Работать в хороших условиях, в таких, чтобы работа не была утомительной, не вызывала отрицательных эмоций

2. Достичь высокого общественного положения, известности, славы, получить признание окружающих	
3. Получать высокий заработок, обеспечивающий хорошие материальные условия	6. Сохранить силы и время для увлечений, общения с друзьями и близкими
4. Проявлять творческую инициативу, полностью раскрыть свои интеллектуальные способности	

Если выбранные вами суждения находятся в левой части таблицы(профессиональная мотивация), значит, в данный момент для вас актуальна профессиональная самореализация (выбор профессии и путей ее получения, профессиональный рост и карьера).

Упражнение «Я–Другой, Карьера–Дело»

Инструкция. Выбирая профессию, человек выбирает образ жизни. Это задание поможет вам уточнить, что для вас сегодня важно, а что второстепенно. Оцените варианты ответов, поставив в клетках на пересечении номера вопроса и вариантов ответа (а, б, в, г) баллы: от нуля – за вариант, который вам безразличен, до трех баллов – за самый значимый для вас. Нельзя ставить одинаковые баллы в одной строчке!

1. Мне нравится

А) иметь много свободного времени

Б) добиваться успеха во всех делах

В) делать подарки своим друзьям

Г) находить красивое решение трудной задачи

2. Мой девиз

А) «Работа не волк, в лес не убежит»

Б) «Хочешь жить — умей вертеться»

В) «Что отдал, то твое»

Г)«Хороший продавец и хороший ремонтник никогда не будут голодать»

3. Лучшая работа для меня — та, которая

А) не мешает мне жить своей жизнью

Б) дает возможность быстрого продвижения по службе

В) нужна людям

Г) интересна

4. Счастье для меня — это

А) возможность жить в свое удовольствие

Б) высокая должность и хорошая зарплата

В) благополучие моих друзей и близких

Г) возможность заниматься любимым делом

№	А	Б	В	Г
1				
2				

3				
4				

Обработка: подсчитайте и запишите в нижней строчке сумму баллов по каждому столбцу (а, б, в, г):
9–12 баллов — ярко выраженная направленность личности;
5–8 баллов — умеренно выраженная направленность;
0–4 баллов — направленность не выражена.
А) «Я». Для вас очень важно собственное спокойствие и благополучие. В этом нет ничего страшного, если вы находитесь на содержании богатых родственников. Однако следует помнить, что низкая активность, чрезмерная концентрация на себе и отсутствие потребности в деятельности могут быть признаками утомления или заболевания.
Б) «Карьера». Вероятно, вам близки и понятны законы рынка. В будущей профессии для вас важна возможность карьерного роста. Жизненный успех в вашем понимании — это высокооплачиваемая должность. Если для вас смысл жизни — карьера, вы рискуете растерять себя и близких в погоне за горизонтом.
В) «Другой». Вы относитесь к редкому типу людей, для которых интересы и благополучие других людей не менее важны, чем собственные. Ваш выбор говорит о личностной зрелости и душевном здоровье. Чем бы вы ни занимались, ваше отношение к людям всегда будет для вас источником энергии и радости жизни.
Г) «Дело». Какую бы деятельность вы ни выбрали, вы будете успешным профессионалом. Главное, чтобы ваша профессия не загораживала от вас смысл жизни, который не сводится к работе.

Методические указания для обучающихся по подготовке реферата и его обсуждения на семинаре

Реферат - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Обсуждение целенаправленного конкретного вопроса, сопровождающееся, обменом мнениями, идеями.

Для проведения обсуждения необходимо:

1. Выбрать тему, ее может предложить, как преподаватель, так и студенты.
2. Выделить проблематику. Обозначить основные спорные вопросы.
3. Рассмотреть, исторические и современные подходы по выбранной теме.
4. Подобрать литературу.
5. Выписать тезисы.
6. Проанализировать материал и определить свою точку зрения по данной проблематике.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма контроля**
Тема 1. Управление собственным бизнесом: базовые понятия	1. Вопросы для написания реферата/доклада: специфические профессиональные компетенции предпринимателя, предпринимательское амплуа и конкурентный статус фирмы 2. Выбор темы курсовой работы из предложенного перечня тем, обу-	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изло-

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма контроля
	чающийся может самостоятельно предложить тему курсовой работы по дисциплине, предварительно согласовав ее с преподавателем	ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	женной в кейсе
Тема 2. Управление бизнес-процессами и бизнес-коммуникациями	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Предпринимательство на основе ассоциированной собственности 2. Сбор материала по теме курсовой работы и учебной практике.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Оценка участия каждого в дидактической игре в соответствии с предусмотренными ролями
Тема 3. Бизнес-моделирование, планирование, стимулирование, организация и контроль в управлении собственным бизнесом	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Комплексные бизнес-модели. 2. Анализ материала по теме курсовой работы и учебной практике.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменное или устное решение теста Реферат на семинаре
Тема 4. Предпринимательский селф-менеджмент	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Стиль руководителя Поведенческие игры и коммуникационные технологии. 2. Обобщение материала по теме курсовой работы и учебной практике.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Оценка участия каждого в тренинге в соответствии с предусмотренными ролями

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма контроля
Тема 5. Классификационные признаки бизнес-единиц	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Предпринимательские холдинги. Холдинговые объединения. 2. Составление и утверждение плана курсовой работы научным руководителем.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Письменное или устное решение теста
Тема 6. Частное и коллективное предпринимательство	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Предпринимательские объединения на основе взаимного (многостороннего) блокирования фирм. Транснациональное предпринимательство Товарищество на вере, простое товарищество 2. Написание введения курсовой работы Редактирование текстовой части учебной практики с учетом замечаний руководителя.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Письменное или устное решение теста
Тема 7. Предпринимательство на основе долевого владения бизнесом	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Предпринимательство на базе совместно-долевого владения бизнесом 2. Написание первой главы курсовой работы.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Письменное или устное решение теста
Тема 8. Предпринимательство на основе акционерной собственности	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Непубличное акционерное общество 2. Написание второй главы курсовой работы.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, професси-	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Письменное

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма контроля
		ональные сообщества	или устное решение теста Другие мероприятия проверки знаний текущего контроля успеваемости
Тема 9. Государственное предпринимательство	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Основы государственного предпринимательств. Ведомственные (бюджетные) предприятия. Публичные корпорации. Акционерные компании со смешанным капиталом.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Реферат/доклад Письменное или устное решение теста
Тема 10. Предстартовая стадия в предпринимательстве	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Трудовые коммуникаты. Управление бизнес-коммуникациями с потребителями. Управление инструментами бизнес-коммуникаций с потребителями. Управление коммерческими операциями. 2. Написание заключения курсовой работы.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Отчет о выполнении индивидуального задания / Оценка участия каждого в дидактической игре в соответствии с предусмотренными ролями
Тема 11. Учреждение новой бизнес-единицы на предстартовой стадии	Вопросы для написания реферата/доклада: Условия совершения, фазы и виды коммерческих сделок. Тим-билдинг: создание команды бизнеса.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами дан-	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситу-

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма контроля
		ных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	ации), изложенной в кейсе Письменное или устное решение теста Оценка участия каждого в дидактической игре в соответствии с предусмотренными ролями
Тема 12. Управление бизнесом на стадии проведения стартапа	Вопросы для написания реферата/доклада: Применение бизнес-моделей в процессе тактического и ситуационного управления бизнесом.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Отчет о выполнении индивидуального задания Оценка участия каждого в дидактической игре в соответствии с предусмотренными ролями
Тема 13. Управление развитием бизнеса в период его конкурентной устойчивости	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Вечные вопросы бизнеса. 2. Редактирование текстовой части курсовой работы с учетом замечаний руководителя.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Оценка участия каждого в дидактической игре в соответствии с предусмотренными

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма контроля
			ролями
Тема 14. Реформирование бизнес-единиц	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Управление стоимостью бизнеса. Комплексные объекты управления на стадии конкурентной устойчивости бизнеса.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Оценка участия каждого в дидактической игре в соответствии с предусмотренными ролями
Тема 15. Прекращение предпринимательской деятельности	1. Вопросы для написания реферата/доклада: Ликвидация фирмы посредством ее банкротства. Судебные процедуры по заявлению о признании фирмы банкротом. Конкурсное производство как завершение процедуры банкротства фирмы. 2. Составление презентации к курсовой работе.	Работа с научно-методической и учебно-методической литературой, базами данных, интернет-ресурсы, социальные сети, профессиональные сообщества	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе Письменное или устное решение теста

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Рубин Ю.Б. Управление собственным бизнесом: учебник для высшей школы. – М.: МФПУ «Синергия», 2021.

Дополнительная литература:

Нормативно-правовые акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (с последними изменениями и дополнениями)

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/
2. Федеральный закон Российской Федерации от 26.12.1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах» (с последними изменениями и дополнениями) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8743/
3. Федеральный закон Российской Федерации от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» (с последними изменениями и дополнениями) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8824/
4. Федеральный закон Российской Федерации от 08.05.1996 г. № 41-ФЗ «О производственных кооперативах» (с последними изменениями и дополнениями) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10286/
5. Федеральный закон Российской Федерации от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (с последними изменениями и дополнениями)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819/
6. Федеральный закон Российской Федерации от 19.07.1998 г. № 115-ФЗ «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)» (с последними изменениями и дополнениями) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19458/
7. Федеральный закон Российской Федерации от 08.08.2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (с последними изменениями и дополнениями)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/
8. Федеральный закон Российской Федерации от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (с последними изменениями и дополнениями) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/
9. Федеральный закон Российской Федерации от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/
10. Федеральный закон Российской Федерации от 03.12.2011 г. № 380-ФЗ «О хозяйственных партнерствах» (с последними изменениями и дополнениями) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122730/

Иная литература:

1. Бланк С. Стартап: настольная книга основателя / С. Бланк, Б. Дорф. – М.: Альпина Паблишер, 2013. – 616с.

Литература для ситуационных практикумов:

1) Батырев М. 45 татуировок продавана.- М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2017. – URL: https://bookzip.ru/273-45-tatuirovok-prodavana-pravila-dlja-teh-kto-prodaet-i-upravljaet-prodazhami.html
2) Кийосаки Р. Богатый папа, бедный папа. М., 2012. – URL: https://bookzip.ru/837-bogatyj-papa-bednyj-papa.html
3) Клейсон Д.С. Самый богатый человек в Вавилоне. М., 2009. – URL: https://100i1kniga.ru/samyj-bogatyj-chelovek-v-vavilone/
4) Коллинз Д. От хорошего к великому. М., 2001. – URL: https://knigopoisk.com/files/2017/04/ot-horoshego-k-velikomu.a4.pdf

5) Кравцов А. Бизнес как экспедиция: Честные истории для героев и волшебниц. М., 2017. – URL: https://online-knigi.com/page/229734
6) Найт Ф. Продавец обуви. История компании Nike, рассказанная ее основателем М., 2016. – URL: https://mybook.ru/author/fil-najt/prodavec-obuvi-istoriya-kompanii-nike-rasskazannay/read/
7) Тиньков О. Как стать бизнесменом. М., 2016. – URL: https://www.litres.ru/oleg-tinkov/kak-stat-biznesmenom/
8) Тиньков О. Революция. Как построить крупнейший онлайн-банк в мире. М., 2016. – URL: https://www.litres.ru/oleg-tinkov/revoluciya-kak-postroit-krupneyshiy-onlayn-bank-v-mire/
9) Трейси Б. Выйди из зоны комфорта. Измени свою жизнь. М., 2007. – URL: https://online-knigi.com/page/178401
10) Чан К., Моборн Р. Стратегия голубого океана. – URL: www.fastsalttimes.com/sections/solution
11) Юданов Ю. К. Секреты финансовой устойчивости международных монополий. – М., 1991. – URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=24404627
12) Хилл Н. Думай и богатей: золотые правила успеха. 2016. М., – URL: https://www.litmir.me/br/?b=563527&p=1
13) Ходченков Е. Ю. Личный блог об удаленном бизнесе. – URL: http://blog.fin-svoboda.com/blog/3-glavnyx-novosti-etoj-nedeli
14) Юданов А. Ю. Покорители «голубых океанов» (фирмы – «газели» в России). – URL: http://cyberleninka.ru/article/n/pokoriteli-golubyh-okeanov-firmy-gazeli-v-rossii
15) Ходченков Е.Ю. Как найти голубой океан бизнеса. – URL: https://www.youtube.com/business.prognoz/goluboyocean
16) Анализ рынка мобильных приложений, статистика развития. – URL: http://openbusiness.ru/mobilnykh-prilozheniy/ru
17) Анализ рынка вегетарианской продукции, рост и темпы развития, ближайший прогноз. – URL: http://DeloNovosti.ru/business/3200-veterinarnyy-rynok/ru

Статьи из журналов:

Рубин Ю.Б. Теория предпринимательства: пространство функционального подхода // Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 1 (67). С. 83-103. (Тема 1)

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Ассоциация бизнес-ангелов «Стартовые инвестиции»	http://www.start-in-vest.ru

2.	ГБУ «Малый бизнес Москвы». Информация о технопарках региона	http://www.mbm.ru/room/experienced/technology-parks-in-moscow
3.	ГБУ «Малый бизнес Москвы». Информация о бизнес-инкубаторах и технопарках региона	http://www.mbm.ru/innovations/beginner/business-incubators- and-technology-parks
4.	Деловой еженедельник «Компания»	http://www.ko.ru
5.	Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»	http://www.mevriz.ru
6.	Журнал «Эксперт Online»	http://www.expert.ru
7.	Коммерсантъ. Секрет фирмы.	http://www.kommersant.ru/
8.	Национальная ассоциация бизнес-ангелов (НАБА).	http://rusangels.ru/naba/
9.	Национальная ассоциация обучения предпринимательству	http://www.ruaee.ru
10.	Общероссийская общественная организация малого и среднего бизнеса ОПОРА России.	http://www.opora.ru
11.	Российский журнал менеджмента.	http://www.rjm.ru
12.	Сообщество стартаперов и инвесторов StartupPoint.	http://startuppoint.ru
13.	Специализированное научно-практическое издание «Менеджмент и бизнес- администрирование».	http://www.mba-journal.ru
14.	Центр развития предпринимательства Московской области. Бизнес-инкубаторы.	http://www.mspmo.ru/real_estate/business_incubators
15.	Журнал «Современная конкуренция»	http://www.moderncompetition.ru/

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- лаборатория информационных технологий, оснащенную лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности, специализированной мебелью (мебель компьютерная (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (персональный компьютер, колонки, микрофон); набором демонстрационного оборудования (мультимедийное оборудование (проектор, экран);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при

осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки
1.	Письменное или устное решение теста	Технология оценки теста: «5-4» – получают обучающиеся, справившиеся с работой 90–100 %;

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки
		«3-2» – ставится в том случае, если верные ответы составляют 80 % от общего количества; «1» – соответствует работа, содержащая 50 – 70 % правильных ответов.
2.	Письменный/ устный ответ по обоснованию решения проблемы (по ситуации), изложенной в кейсе	Технология оценки реферата: 5-4 баллов –отчет содержит развернутые ответы на все сформулированные вопросы; 3-2 баллов –отчет содержит развернутые ответы на большинство сформулированных вопросов; 1 балл – отчет содержит только часть ответов на сформулированные вопросы; 0 баллов – отчет не содержит ответов на сформулированные вопросы.
3	Оценка участия каждого в дидактической игре и тренинге в соответствии с предусмотренными ролями	Технология оценки дидактической игры: «5» –принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; «3» –принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; «1» –принимает участие в работе группы, однако предлагает не аргументированные, не подкрепленные фактическими данными решения.
5	Отчет о выполнении индивидуального задания / Доклад (отчет устный или письменный) о ходе выполнении индивидуального задания/ Отчет о выполнении других мероприятий проверки знаний текущего контроля успеваемости	Технология оценки: «5» – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; «3» – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы не достаточно обоснованы; «1» – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.
6	Доклад с презентацией/реферат	Технология оценки: «30» – грамотное использование терминологии, свободное изложение рассматриваемой проблемы, логичность и обоснованность выводов; «20» – грамотное использование терминологии, частично верные суждения в рамках рассматриваемой темы, выводы не достаточно обоснованы; «10» – грамотное использование терминологии, способность видения существующей проблемы, необоснованность выводов, неполнота аргументации собственной точки зрения.

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках те-

кущего контроля успеваемости

Типовые задания к лабораторным практикумам

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – это инструмент проверки терминологии курса во время проведения семинаров.

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Пример:

Изучив главу 3 учебника ответьте на вопросы теста. Прочитайте задания и выберите правильный вариант ответа:

1. Недорогое или бесплатное первичное предложение, призванное стимулировать потребителей к покупке, соответствует бизнес-модели:…

а) «наживка- – крючок»;

б) «с нами удобно»;

в) «убыточного бизнеса».

2. Одним из ключевых инструментов создания бизнес-моделей является:

а) визуализация;

б) сторителлинг;

в) практическое применение;

г) оценка роста стоимости.

3. Какие бизнес-модели необходимы владельцам бизнеса для того, чтобы систематизировать и упорядочить разнообразные элементы своего дела?

а) проектные;

б) комплексные;

в) классические;

г) вероятностные.

4. В процессе утверждения и согласования бизнес-модели должны обязательно принимать участие:…

а) все владельцы бизнеса;

б) наемные топ-менеджеры;

в) инвесторы;

г) приглашенные специалисты из консалтинговой компании.

5. Упрощенное описание какого-либо процесса (например, биз-

нес-идеи) это:…

а) бизнес-план;

б) бизнес-модель;

в) стратегия бизнеса;

г) презентация.

6. Сколько структурных блоков канвы бизнес-моделей выделяют А. Остервальдер и И. Пинье?

а) 7;

б) 1;

в) 4;

г) 9.

7. Описание того, как именно предприниматели добиваются результатов бизнеса, которые положительно признавались бы окружением, позволяли им самим избегать убытков, получать доходы и развивать бизнес, – это:…

а) бизнес-план;

б) модель стратегического управления бизнесом;

в) бизнес-проект;

г) бизнес-модель.

8. Бизнес-модель распространения компьютерных игр, позволяющая пользователям играть без внесения денежных средств, – это:…

а) free-to-play;

б) free;

в) pay-to-play;

г) premium.

9. Определите правильную последовательность этапов построения бизнес-модели:

а) применение;

б) дизайн;

в) мобилизация;

г) понимание;

д) управление.

10. Что из перечисленного ниже в сжатом виде раскрывает, как бизнес-единица формирует доходы, увеличивает размеры финансовых потоков и создает перспективу развития на рынке среди имеющегося окружения?.

а) бизнес-план;

б) презентация проекта;

в) бюджет проекта;

г) комплексная бизнес-модель.

11. Ценностные предложения бизнес-единиц адресуются одновременно разным потребительским сегментам, при этом один из них обслуживается за очень низкую плату или бесплатно и фактически финансируется за счет доходов от других сегментов:…

а) в раздельной бизнес-модели;

б) открытой бизнес-модели;

в) freemium бизнес-модели;

г) комплексно-раздельной бизнес-модели.

12. В аналитической части бизнес-плана содержится информация:…

а) об анализе потребностей рынка;

б) о плане производства и продаж;

в) конкурентах;

г) об оценке возможных рисков.

13. Бизнес-планирование включает:

а) презентацию бизнес-плана;

б) визуализацию бизнес-плана;

в) соблюдение бизнес-плана;

г) анализ итогов бизнес-плана.

14. … контроль, осуществляемый посредством формирования общественного мнения, рейтингования бизнес-единиц, публикации материалов в СМИ и Интернете об их деятельности:.

а) непубличный;

б) внешний;

в) публичный;

г) внутренний.

15. Разработка бизнес-моделей начинается с создания: …

а) с обоснования бизнес-плана;

б) создания канвы бизнес-модели;

в) описания ключевых видов деятельности;

г) ценностного предложения.

16. В блоке бизнес-модели «“ключевые виды деятельности» отражаются:

а) за что потребители готовы платить, вступая в сделки, и в какой форме они согласны делать это;

б) какие каналы товародвижения и сбыта желательны для доставки товаров, работ, услуг на избранные потребительские сегменты;

в) какие виды деятельности требуются для производства и реализации новых ценностей;

г) какие наиболее важные расходы возникают вследствие применения бизнес-модели.

17. Бизнес-модель привлечения пользователей на основе бесплатного предоставления им неограниченной по времени пробной версии игры с ограничением игрового контента или взимания небольшой абонентской платы игровой контент с возможностью оплаты дополнительных опций, например, нового контента – это:…

а) free-to-play;

б) free;

в) pay-to-play;

г) premium.

18. В блоке бизнес-модели “«структура издержек» отражаются:

а) за что потребители готовы платить, вступая в сделки, и в какой форме они согласны делать это;

б) какие каналы товародвижения и сбыта желательны для доставки товаров, работ, услуг на избранные потребительские сегменты;

в) какие виды деятельности требуются для производства и реализации новых ценностей;

г) какие наиболее важные расходы возникают вследствие применения бизнес-модели.

19. Бизнес-модель бесплатного распространения «ограниченной» версии игры или программного обеспечения с возможностью приобретения полной («премиум») версии или расширения игровых функции за плату – это:…

а) free-to-play;

б) freemium;

в) pay-to-play;

г) premium.

20. В блоке бизнес-модели «“каналы сбыта» отражаются:

а) за что потребители готовы платить, вступая в сделки, и в какой форме они согласны делать это;

б) какие каналы товародвижения и сбыта желательны для доставки товаров, работ, услуг на избранные потребительские сегменты;

в) какие виды деятельности требуются для производства и реализации новых ценностей;

г) какие наиболее важные расходы возникают вследствие применения бизнес-модели.

Методические указания для обучающихся по подготовке к другим мероприятиям текущего контроля успеваемости

Подготовка к иным мероприятиям проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего мероприятия. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов.

Пример:

Упражнение “Я дарю себе…” (10-15 минут)

Для восстановления личных ресурсов обучающимся необходимо дать для ответа на вопрос: что я могу сделать для себя с целью поднятия настроения и душевных сил? Повышения своей предприимчивости?

Сейчас у каждого из вас будет время подумать и ответить на следующие вопросы:

- Что вам хотелось бы?
- Что необходимо сделать для этого?
- Какие есть преграды для выполнения мечты и как их преодолеть?
- Что вы обязательно сделаете?
- Что вы пообещаете себе?

Методические указания для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом. Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

В процессе обучения студентам из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации: Для лиц с нарушениями зрения: – в печатной форме увеличенным шрифтом, – в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта). В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла. Для лиц с нарушениями слуха: – в печатной форме, – в форме электронного документа. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: – в печатной форме, – в форме электронного документа. Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся. Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Пример:

Для того чтобы максимально реализовать имеющийся потенциал глухого и слабослышащего обучающегося, необходимо организовать его комплексное сопровождение в условиях общеобразовательной организации. Поэтому преподаватель должен действовать в тесном сотрудничестве с педагогом-психологом, социальным педагогом и сурдопедагогом.

Главная задача коррекционно-педагогической поддержки интегрированного обучающегося с нарушением слуха - создание оптимальных условий для выявления и реализации его особых образовательных потребностей. Важным этапом на пути решения поставленной задачи является изучение программного и учебно-дидактического обеспечения учебного процесса.

Преподавателю необходимо выделить области предметных знаний, усвоение которых обучающимся с нарушенным слухом сопряжено с особыми, специфическими трудностями; рассмотреть возможности адаптации методов и приемов обучения слышащих обучающимся применительно к обучающимся с нарушениями слуха; организовать непрерывное взаимодействие с дефектологами, психологами и родителями. Решение этих задач поможет раскрыть потенциальные возможности и повысить уровень знаний обучающимся с нарушенным слухом.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры проведения текущего контроля успеваемости

Типовые задания к лабораторным практикумам

Лабораторный практикум № 1

Цель: приобрести практические навыки описанию стартапа.

Исходные данные:

Для примера возьмем ИТ-продукт, в рамках требований к работе необходимо совместно с преподавателем проанализировать действующий стартап:

1. Перечислить 1-3 главные проблемы, которые решает стартап
2. Как решаются эти проблемы клиентом сейчас (тяжело, дорого, невозможно и т.д.)?
3. Описать возможные решения для каждой проблемы, то есть как будут решены проблемы вашим новым продуктом.
4. Одним предложением описать, чем вы отличаетесь, и почему на вас стоит обратить внимание.
5. Описать самое главное конкурентное преимущество
6. Как клиент о вас узнает. Привести каналы, из которых клиент узнает о вашем продукте и придёт к вам, чтобы его купить (соцсети, контекстная реклама, медийная реклама, баннеры, канал Ютуб, TV, билборды и т.д.)
7. Перечислите ваших целевых клиентов/потребителей и пользователей
8. Опишите вашего идеального клиента/потребителя
9. Структура доходов и расходов проекта, ожидаемый срок окупаемости.

Содержание каждого этапа выполнения лабораторного практикума:

1. Опишите целевую аудиторию стартапа, опишите кратко кто ваш идеальный клиент
2. Перечислите 1-3 проблемы которые решает ваш стартап (в чем боль клиента?) Опишите, как решает эти проблемы клиент сейчас (тяжело, дорого, невозможно и др.)
3. Опишите уникальность вашего продукта одним предложением.
4. Опишите как вы будет решать эти проблемы своим новым продуктом.
5. Приведите каналы из которых клиент узнает о вашем продукте и придет к вам чтобы его купить (Соцсети, контекстная реклама, медийная реклама, баннеры, канал Ютуб, ТВ, билборды … и прочие)
6. Опишите модель монетизации:
7. Определить целевой рынок (PAM, TAM SAM SOM);

TAM (общий объем целевого рынка) - дает понять, сколько клиентов на целевом рынке нуждаются (но не обязательно могут себе это позволить) в продуктах или услугах, находящихся в той же категории продуктов, которые продаете.

Пример: вы продаете сайты для бизнеса по всей России, предположим, что в России 5 миллионов компаний и 50 % из них нужен сайт. Тогда объем TAM составит 2,5 млн. сайтов. Если вы делаете сайты по 30000 руб., общий объем целевого рынка составит 75 млрд. руб.

SAM (доступный объем рынка, доля от TAM) - клиентский сегмент

или объем рынка, в рамках которых потребитель готов купить продукты или услуги такие же как предоставляет ваш бизнес.

Пример: вы продаете сайты для бизнеса, которые занимаются розничной продажей чего-либо. Предположим, что таких компаний 800000. Сайт нужен для 80 % таких компаний, т .е. для 640000 компаний – это и есть SAM.

SOM (реально достижимый объем рынка) – это объем рынка, который ваша компания намерена и способна занять, учитывая стратегию развития действия конкурентов.

Пример: вы продаете сайты для бизнеса. У вас в компании работает 10 дизайнеров и 10 программистов. Это позволяет вам выпускать 100 сайтов в месяц. Т.е. объем реально достижимого объема рынка 1200 сайтов в год.

PAM (потенциальный объем рынка) – это глобальный рынок неограниченный географией или др. фактами.

Пример: в нашем случае это будет весь рынок веб-разработки.

1.1 Сделать прогноз по доходу.

$P_{доход}$ = Средний чек клиента×на целевой рынок×12 месяцев

2) Сделать расчет расходов:

- разработка программного продукта (продолжая пример);
- операционные расходы на поддержание работы команды и продукта (офис, зарплата, доработка, подержание продукта и прочее);
- общей стоимости проекта;
- расходы на маркетинг;
- посчитайте окупаемость проекта (выход на точку безубыточности).

3) Описать ключевые целевые метрики которых вы планируете достигнуть:

- привлеченные лиды (потенциальные клиенты),
- ставшие клиентами (конверсия),
- постоянные клиенты (конверсия),
- доход на 1 клиента.

4) Описать самое главное конкурентное преимущество.

Лабораторный практикум № 2

Цель: приобрести практические навыки анализа предложенного преподавателем бизнес- плана.

Исходные данные:

Бизнес-план является основным документом в организации цивилизованной предпринимательской деятельности и реализации инвестиционных проектов. Он является развернутым технико-экономическим, организационным, коммерческим, управленческим обоснованием целесообразно-

сти того или иного вида бизнеса.

Хотя для малых предприятий может разрабатываться только один бизнес-план, для большинства предприятий бизнес-план - только один из планов их производственно-хозяйственной и сбытовой деятельности. Бизнес-план - план производственно-хозяйственной и сбытовой деятельности предприятия, занимающий промежуточное положение между стратегическим планом предприятия и его годовым планом маркетинга.

Бизнес-план представляет собой документ, содержащий обоснование действий, которые необходимо осуществить для реализации какого-либо коммерческого проекта или создания нового предприятия.

Разработка бизнес-плана позволяет получить ответы на следующие вопросы:

- как начать дело;
- как эффективно организовать производство;
- когда будут получены первые доходы;
- как скоро можно будет расплатиться с кредиторами;
- как уменьшить возможный риск

В теории и практике нет жестко регламентированной структуры бизнес-плана: она может быть различной в зависимости от выполняемой функции - одна для начинающего предпринимателя и другая для действующего предприятия.

Обычно бизнес-план состоит из следующих разделов:

1. резюме (введение)
2. общее описание фирмы ;
3. продукция и услуги;
4. маркетинг-план;
5. производственный план;
6. управление и организация;
7. капитал и юридическая форма фирмы;
8. финансовый план.

Содержание каждого этапа выполнения лабораторного практикума:

1. Определитесь, какой именно продукт вы готовы предложить покупателю. Опишите его особенность, отличие от подобных предложений, уже существующих на рынке. Это могут быть его качественные характеристики, или ценовая политика, или особый метод продвижения к покупателю, дополнительные услуги. В этом же разделе укажите количество товара, которые вы сможете предложить за какой-либо период времени (например, за месяц).

2. После того, как продукт приобрел четкие очертания, нужно выделить круг ваших потенциальных клиентов. Подумайте, кто будет покупать ваш продукт. Составьте портрет вашего покупателя: где он находится, каков уровень его дохода, почему он будет покупать ваш продукт, какое количество он сможет приобрести.

3. Приглядитесь к своим конкурентам: какие у них преимущества перед вами. Учтите тот факт, что ваши потенциальные покупатели в данный

момент уже пользуются аналогичными товарами ваших конкурентов. Какие методы вы сможете применить, чтобы привлечь их внимание к своей продукции?

4. Продумайте месторасположение своего предприятия: оно должно быть доступным для ваших клиентов, и в то же время удобным для вас в смысле наличия необходимой инфраструктуры.

5. Создайте организационную структуру своего бизнеса. Выделите основные блоки деятельности (например, закупка сырья, продажа готовой продукции, ведение бухгалтерского учета и т.д.). В зависимости от этого определите, сколько работников и какой квалификации вам потребуется. Разграничьте сферы ответственности и структуру подчиненности.

6. Следующей стадией подготовки функционирования собственного бизнеса будет выбор материальной базы для создания условий возникновения вашей продукции. Какие ресурсы будут необходимы, какое оборудование нужно закупить, какое помещение потребуется – все это должно быть отражено в бизнес-плане до мелочей.

7. Постарайтесь определить количественный объем вашей деятельности, в зависимости от производительности, графика работы, предполагаемого спроса на ваш товар. Результаты внесите в производственный план.

8. Составьте календарный помесячный план расходов, включающий:

- этап первоначальных вложений до момента запуска собственного бизнеса – внесите все расходы на приобретение материальной базы, рекламу, привлечение работников, оформление необходимой документации;

- этап начального развития бизнеса – просчитайте все текущие расходы: на заработную плату и отчисления по ней, коммунальные услуги, аренду, налоги, закупку сырья, транспортные расходы. У вас должна получиться таблица расходов, где сверху указаны месяцы, слева – статьи расхода, внизу каждой колонки подбит итог расходов.

9. Составьте календарный помесячный план предполагаемых доходов. Реально оценивайте ваши перспективы, лучше применить «пессимистический» прогноз – то есть взять минимальные значения. Учтите, что ваш бизнес должен пройти стадию становления, когда доходы будут меньше предполагаемого уровня.

10. Совместите план доходов и план расходов для подсчета вашей ежемесячной прибыли. Возможно, первые месяцы она будет принимать отрицательные значения, на этот факт нужно обратить особое внимание при расчете суммы первоначальных вложений. Пока доход не станет стабильным, текущие расходы все равно придется оплачивать, и, если у вас не будет запаса средств, придется изымать их из оборота, тем самым уменьшая объемы своей деятельности.

11. Определитесь с источниками получения средств. Если вы предполагаете использовать кредитные ресурсы, не забудьте включить эти выплаты в план расходов.

12. Подумайте, какие факторы, события, изменения могут помешать вашей деятельности. Этот раздел бизнес-плана называется анализ рисков. Постарайтесь предусмотреть как можно больше таких моментов, напри-

мер: недостаток работников соответствующей квалификации, изменение спроса, появление конкурентной продукции, изменение законодательной базы и т.д. Составьте план своих действий в случае наступления каждого из этих событий.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Управление собственным бизнесом» проводится в форме зачета с оценкой/ экзамена.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Зачет с оценкой представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 тип

1. В чем состоят особенности предпринимательства как профессии?
2. Виды реорганизации бизнеса.
3. Чем профессиональное управление собственным бизнесом отличается от других видов менеджмента?
4. Что такое предпринимательская фирма? Какие теории предпринимательских фирм Вам известны?
5. В каком случае клиенту лучше обращаться в банк, а в каком – прибегать к участию в кооперативе?
6. Основные организационно-правовые формы коммерческих органи-

заций в России.

7. Охарактеризуйте систему профессиональных компетенций предпринимателя.

8. Что такое фирма? Перечислите и раскройте ее основные признаки.

9. Перечислите и раскройте содержание признаков, отличающих юридическое лицо от индивидуального предпринимателя.

10. Что такое долевое владение бизнесом и в каких случаях оно применяется?

11. Что представляют собой оффшорные компании?

12. Что такое совместные предприятия?

13. Каковы основные количественные параметры разграничения фирм?

14. Какие меры по поддержке малого предпринимательства применяются в России?

15. Что представляет собой организационная структура бизнеса? Раскройте содержание ее задач и функций.

16. Дайте определение обществу с ограниченной ответственностью, Опишите его характерные черты.

17. В чем особенности товарищества на вере согласно законодательству РФ? Перечислите обязанности и права коммандитистов в товариществе на вере.

18. Какое хозяйственное общество называется акционерным?

19. В каких случаях компании целесообразно назначать несколько генеральных директоров?

20. Что такое дивиденды и как они формируются?

21. Что представляет собой государственное предпринимательство?

22. По каким критериям оценивают эффективность государственных предприятий?

23. Какое место в цепочке бизнес-ресурсы – бизнес-процессы – бизнес-результаты занимают бизнес-коммуникации?

24. Что понимается под предпринимательским селф-менеджментом?

25. Какие выгоды приносит своим владельцам успешный предпринимательский селф-менеджмент?

Задания 2 типа

1. Чем владение бизнесом отличается от владения имуществом?

2. Чем физическое лицо (индивидуальный предприниматель) отличается от лица юридического?

3. Покупая акцию ПАО, будет ли акционер отвечать по обязательствам акционерного общества? Какие права он приобретает с покупкой акции?

4. Охарактеризуйте фонд, автономную некоммерческую организацию, некоммерческое партнерство, союзы.

5. Раскройте свойства организационных структур бизнеса и определите как они влияет на эффективность бизнеса?

6. Может ли решение о нецелесообразности бизнеса быть причиной

отказа в государственной регистрации

7. Почему предприниматели, имея право на деловой суверенитет и самостоятельность выбора, только на первый взгляд кажутся независимыми от своего окружения? Ответ обоснуйте.

8. Составьте перечень необходимых для регистрации юридического лица документов.

9. Почему управление собственным бизнесом следует рассматривать в качестве ключевой предпринимательской функции?

10. Назовите государственные органы, которые осуществляют внешний контроль над бизнесом. Что представляют собой обычаи делового оборота?

11. В чем отличия коммерческих и некоммерческих организаций? Куда направляется прибыль некоммерческих организаций?

12. Составьте таблицу, отразив в ней какие преимущества и недостатки в ведении бизнеса дает ИП, а какие юридическое лицо.

13. Перечислите общие черты и различия полного товарищества и производственного кооператива.

14. Сравните товарищество на вере и полное товарищество.

15. Назовите общие признаки ООО и непубличного АО. В чем состоят различия этих двух организационно-правовых форм?

16. Какие органы управления существуют в АО? Какие вопросы относятся к компетенции общего собрания акционеров?

17. Каким способом можно переуступить акции непубличного АО?

18. Какие основные направления деятельности Агентства вы знаете? Назовите преимущества выбора организационной формы «государственная корпорация» для Агентства?

19. Какие из причин национализации наиболее характерны для российской практики?

20. Что заставляет предпринимателей создавать различные объединения? Какие цели при этом преследуются? По каким принципам происходит объединение фирм?

21. Почему фирма, входящая в состав финансово-промышленной группы, должна обязательно сохранять самостоятельность и права юридического лица и почему руководящие органы объединения не обладают распорядительной властью в отношении участников ФПГ?

22. Для каких целей могут создаваться некоммерческие организации? Почему некоммерческие организации относятся к субъектам предпринимательства? Какие существуют для этого основания? В чем состоит специальная правоспособность некоммерческих организаций?

23. Каким образом реализуются личные и имущественные права партнеров в общем бизнесе? По каким схемам складывается партнерство в общем бизнесе?

24. Какие коммуникаты, инструменты коммуникаций и каналы коммуникаций используются фирмами в управлении бизнес-коммуникациями с потребителями?

25. Совокупность каких форм выступает как поведение предпринима-

телей? Что представляют собой поведенческие манеры людей?

Задания 3 типа

Задание 1

Самой роскошной яхтой XX века считалась яхта Christina. Она принадлежала известному миллиардеру Аристотелю Онассису. На этой яхте отдыхало много знаменитых людей прошлого века: У.Черчиль, Д.Ф. Кеннеди и другие знаменитые политики, артисты, художники. Прошло время, яхта устарела. В газетах появилось сообщение, о том, что представители малого предпринимательства сумели вернуть интерес к ней и даже начали зарабатывать на этом деньги. Предложите свои варианты, как это может быть осуществлено.

Задание 2

Зачастую считается, что основным мотивом к занятию предпринимательством выступает стремление предпринимателя к получению высоких доходов. Однако так происходит не всегда. Мотивация предпринимателей не одинакова. Так, для предпринимателей, являющихся субъектами малого бизнеса, получение больших доходов скорее является заоблачной мечтой, чем реальностью, а их каждодневная деятельность сводится не к максимальной прибыли, а во многих случаях к выживанию.

Какова мотивация человека, который заработал сотни миллионов долларов, но продолжает трудиться, что творится в их душах? Известный психолог Марина Мелия считает, что деньги для таких предпринимателей не является мотивом, деньги скорее выступают мерилом успеха, способом доказать, что ты сильный, умный и успешный. Она полагает, что среди богатых людей, желающих не работать и «досрочно уйти на пенсию» значительно меньше, чем среди небогатых. Такие люди работают не для удовлетворения своих потребностей, а ради самореализации и творчества. «Деньги сами по себе ни хороши, ни плохи. Это лакмусовая бумажка, которая проявляет определенные качества, или катализатор, который лишь усиливает то, что есть в человеке. Деньги – это не добро и не зло, это испытание…за свои большие деньги человек платит появлением у него зависимого окружения. От него зависят все: сотрудники, партнеры, друзья, дети, жены – материально, морально, психологически. Выстраивается система, в которой нет места критике, возражениям, негативной оценке его поступков. Проявляется ощущение всемогущества и вседозволенности».

Многие крупные предприниматели пытаются играть роль в развитии страны, участвуя в ее политической жизни. Это может быть обусловлено такими причинами как: желание пользовать политическое влияние на собственной безопасности и расширения возможностей своего бизнеса; или же романтическая причина, заключающаяся в желании предпринимателя повлиять на ситуацию в стране, считающего, что знает, как улучшить жизнь людей; наконец, желание изменить жизненные ориентиры, полностью поменять всю картину своей жизни. Какие мотивы побуждают предпринимателей к предприимчивому поведению? Всегда ли основной целью

предпринимательской деятельности является получение прибыли?

Задание 3

С какой целью был создан холдинг «Объединенные кондитеры»? Что представляет из себя структура холдинга?

Хороший пример применения стратегии, основанной на принципе «один в поле не воин», демонстрируют российские производители кондитерских изделий, сформировав в 2002 году холдинг «Объединенные кондитеры». Основная цель такого объединения – приобретение дополнительных конкурентных преимуществ перед западными компаниями, совершенствование управления отраслью.

Холдинг «Объединенные кондитеры» начал свою историю с момента, когда группа «Гута» объединила ОАО «Рот Фронт» и ОАО «Красный Октябрь», затем, в начале 2003 года к этим кондитерским фабрикам присоединилась ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский». «Объединенные кондитеры» - это управляющая компания, созданная с целью оптимизации управления предприятиями, введения единых стандартов продаж и единой ценовой и маркетинговой политики.

Уже спустя год после создания холдинга году оборот компаний, входящих в его состав, приблизился к $600 млн. в отпускных ценах производителя.

По итогам 2013г. доля рынка «Объединенных кондитеров» в основных категориях рынка составила: шоколадные плитки – 22,2%; конфеты в коробках – 22,3%; конфеты весовые – 30,1%; мучные/сахаристые – 34,2%.

Прирост производства в 2013 году составил 5%, а это говорит о том, что холдинг снова показал рост производства выше, чем увеличение рынка. По итогам 2013 года запущено 142 новинки, некоторые из них входят в категорию инновационных продуктов. Кроме того, в ушедшем году на московских и региональных фабриках проведена модернизация некоторых производственных линий. На данный момент в состав холдинга входят 15 российских кондитерских фабрик, в том числе ОАО «Рот Фронт», ОАО «Красный Октябрь», ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский». С целью увеличения объема выпуска готовой продукции и повышения своих конкурентных возможностей холдинг начал реализацию программы по модернизации своих предприятий. Им были подписаны контракты на приобретение и монтаж технологической линии для производства пралиновых конфет куполообразной и традиционной формы компании «Гекона ТЕК ГмбХ» и линии для производства шоколада с твердыми добавками и начинками фирмы AntonOhlertGmbH. Мощности новых линий составляют 5,7 тыс. тонн и 9 тыс. тонн в год соответственно.

На сегодняшний день совокупная мощность предприятий, входящих в холдинг, составляет более 360 тыс. тонн. В целом на предприятиях холдинга «Объединенные кондитеры» занято свыше 18 тыс. сотрудников.

Ассортиментный ряд холдинга «Объединенные кондитеры» охватывает весь спектр кондитерского рынка: шоколад, весовые и фасованные конфеты, карамель, ирис, вафли, халва, драже, какао-порошок, шоколадная паста, мармелад, торты. В ассортиментном портфеле холдинга представле-

ны старейшие российские торговые марки: «Аленка», «Мишка косолапый», «Красная шапочка» «Золотой ярлык», «Сказки Пушкина», «Вдохновение», «Визит», «Белочка», «Мишка на севере», «Вечерний звон», «Осенний вальс», «Москвичка».

Основными брэндами «Объединенных кондитеров» являются: «Рот Фронт», «Красный октябрь», «Бабаевский».Продолжается расширение линейки бренда «FELICITA»®. Ассортимент уже представлен двенадцатью видами сладких изделий: шоколадные плитки, батончики и конфеты. Широкий ассортимент позволяет холдингу позиционировать свою продукцию в различных ценовых сегментах, ориентированных на женскую и мужскую аудитории в возрасте от 25 лет и старше.

Для увеличения доли предприятий холдинга на рынке кондитерских изделий и развития дилерской сети компанией «Объединенные кондитеры» была разработана комплексная программа развития системы продаж кондитерских изделий. Первым шагом программы стал ввод в эксплуатацию единой торговой площадки (ЕТП), которая представляет собой единый склад продукции всех предприятий холдинга «Объединенные кондитеры». ЕТП позволяет компании создать оптимальный ассортиментный запас продукции московских и региональных фабрик и распределить продукцию с ЕТП в регионы, на экспорт и в сетевые магазины Москвы и области. ЕТП позволяет отгружать до 3 тыс. тонн продукции в месяц, с использованием железнодорожной ветки с одновременной постановкой под погрузку до шести вагонов и возможностью отгрузки большегрузных фур. Создание ЕТП позволило осуществлять отгрузки консолидированного ассортимента холдинга. Компания намерена сама заниматься работой с сетевой розницей и регионами. Для этого на ряде предприятий созданы региональные дистрибьюторские центры (РДЦ), основная задача которых снабжение местных ритейлеров и оптовиков продукцией всех фабрик. Всего планируется создать семь РДЦ: Северо-запад, Юг, Центр, Поволжье, Урал, Сибирь, Дальний Восток. В остальных регионах сбытом займутся генеральные дилеры, с каждым из них будет подписан контракт.

Задание 4

Чем обусловлена необходимость создания совместного предприятия для каждой из компаний (СИБУР и Solvay)? В чем выгода СП для каждой из компаний? Не приводит ли создание СП к излишней зависимости от партнёров по бизнесу и лишают компании самостоятельности?

В сентябре 2012 г. СИБУР и Solvay заключили соглашение о создании в г. Дзержинске Нижегородской области совместного предприятия «РусПАВ» по производству поверхностно-активных веществ (ПАВ) и продуктов для нефтедобывающей промышленности. Соглашение было подписано в рамках Международной выставки «Gastech 2012» в присутствии Министра энергетики РФ Александра Новака генеральным директором СИБУРа Дмитрием Коновым и директором Novecare, бизнес-подразделения группы Solvay, Эммануэлем Бутстраеном. Совместное предприятие создано сторонами на паритетных началах (50/50).

СИБУР (www.sibur.ru) является крупнейшей интегрированной газопе-

рерабатывающей и нефтехимической компанией по объему продаж в России, а также в СНГ, Центральной и Восточной Европе. Компания закупает попутный нефтяной газ и жидкое углеводородное сырье у крупнейших российских нефтегазовых компаний и перерабатываем их в топливно-сырьевые продукты, в том числе в сжиженные углеводородные газы, природный газ и нафту, и далее в различные продукты нефтехимии, в том числе в базовые полимеры, синтетические каучуки, пластики, продукцию органического синтеза, полуфабрикаты и другие продукты. СИБУР реализует продукцию около 1 500 потребителей в топливно-энергетическом комплексе, автомобилестроении, строительстве, розничной торговле и других отраслях в 60 странах мира. По состоянию на 30 июня 2012 года СИБУР работал на 27 собственных производственных площадках. Количество сотрудников на конец первого полугодия текущего года составило приблизительно 31 800 человек.

Novecare— одно из крупнейших коммерческих подразделений компании Solvay, действующее по всему миру, предоставляет высококачественные изделия и решения для широкого диапазона отраслей промышленности, в том числе парфюмерно-косметической, агрохимической, нефтегазовой, а также для производства синтетических моющих средств, лакокрасочных материалов и товаров промышленного назначения. Благодаря всемирному присутствию, глобальной сети научно-исследовательских, опытно-конструкторских разработок и технической поддержки, компания Novecare удерживает лидирующие позиции на рынках технологий изготовления поверхностно-активных веществ, аминов, производных фосфорных соединений, природных и синтетических полимеров и мономеров, а также экологически чистых кислородсодержащих растворителей. Компания Novecare предлагает своим клиентам решения, которые могут удовлетворить и предугадать любые их потребности в рамках защиты и модификации поверхностей, реологии, активной подачи, совершенствования составов и процессов, здравоохранения и защиты окружающей среды.

Группа Solvay — международная химическая группа, ориентированная на устойчивое развитие, инновационную деятельность и высокие операционные показатели. Более 90% продаж компании осуществляется на рынках, где она входит в тройку лидеров. Группа Solvay предлагает покупателям широкий ассортимент товаров, позволяющих им улучшить качество жизни и эффективность работы, действуя на рынке потребительских товаров, строительном, автомобильном, энергетическом рынках, рынке электроники, а также в сфере использования и защиты водных ресурсов и окружающей среды. Головной офис Группы находится в Брюсселе, в Группе работает 31 000 человек в 55 странах. Чистый объем продаж Группы в 2011 году (по предварительным данным отчетности) составил 12,7 млрд. евро.

СИБУР обеспечит СП сырьем, а также необходимой производственной и логистической инфраструктурой. Кроме того, опираясь на продолжительный опыт деятельности на нефтехимическом рынке России, СИБУР окажет поддержку развитию бизнеса «РусПАВ» на нефтегазовых рынках

России и СНГ.

Novecare, мировой лидер рынка ПАВ, предоставит практический опыт в технологиях производства и применения ПАВ, научные и инновационные компетенции, а также свою клиентскую сеть на международном нефтегазовом рынке, секторе бытовой химии и товаров личной гигиены. Рост спроса на ПАВ на рынках стран СНГ составляет более 6% в год.

«Сочетание успешного опыта Solvay на рынке ПАВ с нашей сырьевой базой и знанием российского рынка позволит СИБУРу укрепить лидирующие позиции в нефтехимической отрасли СНГ», — сказал генеральный директор СИБУРа Дмитрий Конов.

«Благодаря совместному проекту с СИБУРом, нашим долговременным и надежным партнером, мы сможем применить свой опыт и технологии в этом динамично развивающемся регионе и поддержать наших клиентов в разработке высококачественных продуктов для нефтегазового рынка, рынков товаров личной гигиены и бытовой химии», — отметил директор Novecare Эммануэль Бутстраен.

«Это совместное предприятие поддержит амбиции СИБУРа по углублению коммерциализации основных видов продукции компании в тщательно отобранных быстрорастущих сегментах. Мы будем рады предоставить нашим будущим заказчикам продукцию с высокой добавленной стоимостью», — заявил Валерий Андосов, директор по развитию бизнеса Дирекции Пластиков и органического синтеза СИБУРа.

Приложение

Оценочные материалы для
проведения промежуточной аттестации
по дисциплине «Управление собственным бизнесом»

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1. Что представляет собой бизнес-моделирование и бизнес-модель как одни из ключевых инструментов управления бизнесом?
2. Что представляет собой бизнес-идея? Как связаны цели бизнеса и бизнес-идея?
3. Самой роскошной яхтой XX века считалась яхта Christina. Она принадлежала известному миллиардеру Аристотелю Онассису. На этой яхте отдыхало много знаменитых людей прошлого века: У.Черчиль, Д.Ф. Кеннеди и другие знаменитые политики, артисты, художники. Прошло время, яхта устарела. В газетах появилось сообщение, о том, что представители малого предпринимательства сумели вернуть интерес к ней и даже начали зарабатывать на этом деньги. Предложите свои варианты, как это может быть осуществлено.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

1. В чем отличие бизнес-моделей от бизнес-идей и бизнес-планов?
2. Что такое бизнес-модель? На какие вопросы позволяет найти ответы применение комплексной бизнес-модели?
3. Зачастую считается, что основным мотивом к занятию предпринимательством выступает стремление предпринимателя к получению высоких доходов. Однако так происходит не всегда. Мотивация предпринимателей не одинакова. Так, для предпринимателей, являющихся субъектами малого бизнеса, получение больших доходов скорее является заоблачной мечтой, чем реальностью, а их каждодневная деятельность сводится не к максимальной прибыли, а во многих случаях к выживанию.

Какова мотивация человека, который заработал сотни миллионов долларов, но продолжает трудиться, что творится в их душах? Известный психолог Марина Мелия считает, что деньги для таких предпринимателей не является мотивом, деньги скорее выступают мерилом успеха, способом доказать, что ты сильный, умный и успешный. Она полагает, что среди богатых людей, желающих не работать и «досрочно уйти на пенсию» значительно меньше, чем среди небогатых. Такие люди работают не для удовлетворения своих потребностей, а ради самореализации и творчества. «Деньги сами по себе ни хороши, ни плохи. Это лакмусовая бумажка, которая проявляет определенные качества, или катализатор, который лишь усиливает то, что есть в человеке. Деньги – это не добро и не зло, это испытание…за свои большие деньги человек платит появлением у него зависимого окружения. От него зависят все: сотрудники, партнеры, друзья, дети, жены – материально, морально, психологически. Выстраивается система, в которой нет места критике, возражениям, негативной оценке его поступков. Проявляется ощущение всемогущества и вседозволенности».

Многие крупные предприниматели пытаются играть роль в развитии страны, участвуя в ее политической жизни. Это может быть обусловлено такими причинами как: желание пользовать политическое влияние на собственной безопасности и расширения возможностей своего бизнеса; или же романтическая причина, заключающаяся в желании предпринимателя повлиять на ситуацию в стране, считающего, что знает, как улучшить жизнь людей; наконец, желание изменить жизненные ориентиры, полностью поменять всю картину своей жизни. Какие мотивы побуждают предпринимателей к предприимчивому поведению? Всегда ли основной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 3

1. Как бизнес-модель связана со стратегией бизнеса?
2. Какие уровни управления бизнесом выделяют? В чем разница между данными уровнями?
3. С какой целью был создан холдинг «Объединенные кондитеры»? Что представляет из себя структура холдинга?

Хороший пример применения стратегии, основанной на принципе «один в поле не воин», демонстрируют российские производители кондитерских изделий, сформировав в 2002 году холдинг «Объединенные кондитеры». Основная цель такого объединения – приобретение дополнительных конкурентных преимуществ перед западными компаниями, совершенствование управления отраслью.

Холдинг «Объединенные кондитеры» начал свою историю с момента, когда группа «Гута» объединила ОАО «Рот Фронт» и ОАО «Красный Октябрь», затем, в начале 2003 года к этим кондитерским фабрикам присоединилась ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский». «Объединенные кондитеры» - это управляющая компания, созданная с целью оптимизации управления предприятиями, введения единых стандартов продаж и единой ценовой и маркетинговой политики.

Уже спустя год после создания холдинга году оборот компаний, входящих в его состав, приблизился к $600 млн. в отпускных ценах производителя.

По итогам 2013г. доля рынка «Объединенных кондитеров» в основных категориях рынка составила: шоколадные плитки – 22,2%; конфеты в коробках – 22,3%; конфеты весовые – 30,1%; мучные/сахаристые – 34,2%.

Прирост производства в 2013 году составил 5%, а это говорит о том, что холдинг снова показал рост производства выше, чем увеличение рынка. По итогам 2013 года запущено 142 новинки, некоторые из них входят в категорию инновационных продуктов. Кроме того, в ушедшем году на московских и региональных фабриках проведена модернизация некоторых производственных линий. На данный момент в состав холдинга входят 15 российских кондитерских фабрик, в том числе ОАО «Рот Фронт», ОАО «Красный Октябрь», ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский». С целью увеличения объема выпуска готовой продукции и повышения своих конкурентных возможностей холдинг начал реализацию программы по модернизации своих предприятий. Им были подписаны контракты на приобретение и монтаж технологической линии для производства пралиновых

конфет куполообразной и традиционной формы компании «Гекона ТЕК ГмбХ» и линии для производства шоколада с твердыми добавками и начинками фирмы AntonOhlertGmbH. Мощности новых линий составляют 5,7 тыс. тонн и 9 тыс. тонн в год соответственно.

На сегодняшний день совокупная мощность предприятий, входящих в холдинг, составляет более 360 тыс. тонн. В целом на предприятиях холдинга «Объединенные кондитеры» занято свыше 18 тыс. сотрудников.

Ассортиментный ряд холдинга «Объединенные кондитеры» охватывает весь спектр кондитерского рынка: шоколад, весовые и фасованные конфеты, карамель, ирис, вафли, халва, драже, какао-порошок, шоколадная паста, мармелад, торты. В ассортиментном портфеле холдинга представлены старейшие российские торговые марки: «Аленка», «Мишка косолапый», «Красная шапочка» «Золотой ярлык», «Сказки Пушкина», «Вдохновение», «Визит», «Белочка», «Мишка на севере», «Вечерний звон», «Осенний вальс», «Москвичка».

Основными брэндами «Объединенных кондитеров» являются: «Рот Фронт», «Красный октябрь», «Бабаевский».Продолжается расширение линейки бренда «FELICITA»®. Ассортимент уже представлен двенадцатью видами сладких изделий: шоколадные плитки, батончики и конфеты. Широкий ассортимент позволяет холдингу позиционировать свою продукцию в различных ценовых сегментах, ориентированных на женскую и мужскую аудитории в возрасте от 25 лет и старше.

Для увеличения доли предприятий холдинга на рынке кондитерских изделий и развития дилерской сети компанией «Объединенные кондитеры» была разработана комплексная программа развития системы продаж кондитерских изделий. Первым шагом программы стал ввод в эксплуатацию единой торговой площадки (ЕТП), которая представляет собой единый склад продукции всех предприятий холдинга «Объединенные кондитеры». ЕТП позволяет компании создать оптимальный ассортиментный запас продукции московских и региональных фабрик и распределить продукцию с ЕТП в регионы, на экспорт и в сетевые магазины Москвы и области. ЕТП позволяет отгружать до 3 тыс. тонн продукции в месяц, с использованием железнодорожной ветки с одновременной постановкой под погрузку до шести вагонов и возможностью отгрузки большегрузных фур. Создание ЕТП позволило осуществлять отгрузки консолидированного ассортимента холдинга. Компания намерена сама заниматься работой с сетевой розницей и регионами. Для этого на ряде предприятий созданы региональные дистрибьюторские центры (РДЦ), основная задача которых снабжение местных ритейлеров и оптовиков продукцией всех фабрик. Всего планируется создать семь РДЦ: Северо-запад, Юг, Центр, Поволжье, Урал, Сибирь, Дальний Восток. В остальных регионах сбытом займутся генеральные дилеры, с каждым из них будет подписан контракт.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 4

1. С какой целью выделяют этапы жизненного цикла предпринимательского дела?
2. С чем связан «эффект изюминки»? Приведите примеры «эффекта изюминки». Какие подходы к разработке «эффекта изюминки» существуют?
3. Чем обусловлена необходимость создания совместного предприятия для каждой из компаний (СИБУР и Solvay)? В чем выгода СП для каждой из компаний? Не приводит ли создание СП к излишней зависимости от партнёров по бизнесу и лишают компании самостоятельности?

В сентябре 2012 г. СИБУР и Solvay заключили соглашение о создании в г. Дзержинске Нижегородской области совместного предприятия «РусПАВ» по производству поверхностно-активных веществ (ПАВ) и продуктов для нефтедобывающей промышленности. Соглашение было подписано в рамках Международной выставки «Gastech 2012» в присутствии Министра энергетики РФ Александра Новака генеральным директором СИБУРа Дмитрием Коновым и директором Novecare, бизнес-подразделения группы Solvay, Эммануэлем Бутстраеном. Совместное предприятие создано сторонами на паритетных началах (50/50).

СИБУР (www.sibur.ru) является крупнейшей интегрированной газоперерабатывающей и нефтехимической компанией по объему продаж в России, а также в СНГ, Центральной и Восточной Европе. Компания закупает попутный нефтяной газ и жидкое углеводородное сырье у крупнейших российских нефтегазовых компаний и перерабатываем их в топливно-сырьевые продукты, в том числе в сжиженные углеводородные газы, природный газ и нафту, и далее в различные продукты нефтехимии, в том числе в базовые полимеры, синтетические каучуки, пластики, продукцию органического синтеза, полуфабрикаты и другие продукты. СИБУР реализует продукцию около 1 500 потребителей в топливно-энергетическом комплексе, автомобилестроении, строительстве, розничной торговле и других отраслях в 60 странах мира. По состоянию на 30 июня 2012 года СИБУР работал на 27 собственных производственных площадках. Количество сотрудников на конец первого полугодия текущего года составило приблизительно 31 800 человек.

Novecare— одно из крупнейших коммерческих подразделений компании Solvay, действующее по всему миру, предоставляет высококачественные изделия и решения для широкого диапазона отраслей промышленности, в том числе парфюмерно-косметической, агрохимической, нефтегазо-

вой, а также для производства синтетических моющих средств, лакокрасочных материалов и товаров промышленного назначения. Благодаря всемирному присутствию, глобальной сети научно-исследовательских, опытно-конструкторских разработок и технической поддержки, компания Novecare удерживает лидирующие позиции на рынках технологий изготовления поверхностно-активных веществ, аминов, производных фосфорных соединений, природных и синтетических полимеров и мономеров, а также экологически чистых кислородсодержащих растворителей. Компания Novecare предлагает своим клиентам решения, которые могут удовлетворить и предугадать любые их потребности в рамках защиты и модификации поверхностей, реологии, активной подачи, совершенствования составов и процессов, здравоохранения и защиты окружающей среды.

Группа Solvay — международная химическая группа, ориентированная на устойчивое развитие, инновационную деятельность и высокие операционные показатели. Более 90% продаж компании осуществляется на рынках, где она входит в тройку лидеров. Группа Solvay предлагает покупателям широкий ассортимент товаров, позволяющих им улучшить качество жизни и эффективность работы, действуя на рынке потребительских товаров, строительном, автомобильном, энергетическом рынках, рынке электроники, а также в сфере использования и защиты водных ресурсов и окружающей среды. Головной офис Группы находится в Брюсселе, в Группе работает 31 000 человек в 55 странах. Чистый объем продаж Группы в 2011 году (по предварительным данным отчетности) составил 12,7 млрд. евро.

СИБУР обеспечит СП сырьем, а также необходимой производственной и логистической инфраструктурой. Кроме того, опираясь на продолжительный опыт деятельности на нефтехимическом рынке России, СИБУР окажет поддержку развитию бизнеса «РусПАВ» на нефтегазовых рынках России и СНГ.

Novecare, мировой лидер рынка ПАВ, предоставит практический опыт в технологиях производства и применения ПАВ, научные и инновационные компетенции, а также свою клиентскую сеть на международном нефтегазовом рынке, секторе бытовой химии и товаров личной гигиены. Рост спроса на ПАВ на рынках стран СНГ составляет более 6% в год.

«Сочетание успешного опыта Solvay на рынке ПАВ с нашей сырьевой базой и знанием российского рынка позволит СИБУРу укрепить лидирующие позиции в нефтехимической отрасли СНГ», — сказал генеральный директор СИБУРа Дмитрий Конов.

«Благодаря совместному проекту с СИБУРом, нашим долговременным и надежным партнером, мы сможем применить свой опыт и технологии в этом динамично развивающемся регионе и поддержать наших клиентов в разработке высококачественных продуктов для нефтегазового рынка, рынков товаров личной гигиены и бытовой химии», — отметил директор Novecare Эммануэль Бутстраен.

«Это совместное предприятие поддержит амбиции СИБУРа по углублению коммерциализации основных видов продукции компании

в тщательно отобранных быстрорастущих сегментах. Мы будем рады предоставить нашим будущим заказчикам продукцию с высокой добавленной стоимостью», — заявил Валерий Андосов, директор по развитию бизнеса Дирекции Пластиков и органического синтеза СИБУРа.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 5

1. Как связаны стадии предпринимательского дела и управление собственным бизнесом?
2. Почему у предпринимателей возникает потребность в партнерах?
3. Какие трудности возникают при формировании команды партнеров по бизнесу? Что важно учитывать при выборе партнеров?

«Дотком» (dotcom, dot-com, dot.com) – компания, чья бизнес-модель целиком основывается на работе в рамках сети Интернет. Бурное развитие таких компаний началось в конце 1990-х гг. Название происходит от английского dot-com («точка-com») – домена верхнего уровня.com, в котором зарегистрированы преимущественно коммерческие организации.

Бурное развитие доткомов связано с повышенным вниманием общества к новым возможностям, предоставляемым всемирной сетью. Для периода расцвета доткомов была характера низкая стоимость привлечения заемного и инвестиционного капитала для любых проектов, связанных с Интернетом. Не в последнюю очередь именно это повлекло за собой возникновение огромного количества фирм, которые, используя Интернет в качестве «заклинания», легко получали значительные инвестиции не только от венчурных фондов, но и от более традиционных финансовых институтов. Закончился бум доткомов в марте 2000 г. обвальным падением фондового индекса NASDAQ и банкротством сотен компаний, порожденных Силиконовой долиной.

Крах доткомов вызвал масштабный отток финансовых средств из интернет-сектора экономики и потерю доверия к данному типу бизнеса. С 2004 г. интернет-проекты снова начали набирать силу, но уже как более взвешенные и продуманные. Немалую положительную роль в этом сыграло наличие ряда сложившихся бизнес-площадок и технологий, которые продолжали эффективно работать, несмотря на общий спад индустрии, а также весьма впечатляющее IPO компании Google, которая продемонстрировала в то время капитализацию компании на уровне 27 млрд долл. В настоящее время благодаря накопленному опыту и налаженной системе сетевой бизнес ничуть не уступает другим, более «материальным» отраслям. Несмотря на впечатляющий крах, «эпоха доткомов» имела и свои положи-тельные последствия: привлечение большого числа людей к Интернету, развитие инфраструктуры, переосмысление методов ведения бизнеса в Интернет. Крах «эпохи доткомов» подействовал на интернет-индустрию как холодный душ. Бизнесмены поняли, что ведение бизнеса в Интернете

очень отличается от «традиционных» форм бизнеса. Начался активный поиск более эффективных способов интернет-рекламы и др.

Из огромного количества фирм-доткомов после 2001 г. остались лишь единицы. Это фирмы, которые впоследствии стали ключевыми, системообразующими в интернет-индустрии: Amazon.com, AOL, EBay, Google, MSN, Yahoo!

Проанализируйте бизнес-кейс: выделите бизнес-модели, опишите отрасль, процессы изменений, которые влияли на успех и крах фирмы?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 6

1. Предприниматели-стартаперы и какие организационные решения по созданию нового бизнеса существуют?
2. В чем обычно состоит разница между целевыми установками инвесторов и инициаторов бизнеса?
3. Самой роскошной яхтой XX века считалась яхта Christina. Она принадлежала известному миллиардеру Аристотелю Онассису. На этой яхте отдыхало много знаменитых людей прошлого века: У.Черчиль, Д.Ф. Кеннеди и другие знаменитые политики, артисты, художники. Прошло время, яхта устарела. В газетах появилось сообщение, о том, что представители малого предпринимательства сумели вернуть интерес к ней и даже начали зарабатывать на этом деньги. Предложите свои варианты, как это может быть осуществлено.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 7

1. Что представляет собой стартап? Какое место в жизненном цикле бизнеса он занимает?
2. Когда инициаторы бизнеса прибегают к бутстрэппингу? В чем состоит суть бизнес-модели бутстрэппинга? Какие привлекательные черты присущи данной бизнес-модели? Назовите недостатки бутстрэппинга.
3. Какие тенденции развития венчурных инвестиций в России можно выделить? Как они связаны с экономической ситуацией? В какие отрасли направляется большая часть венчурных инвестиций и почему?

В 2014 г. объем венчурных инвестиций в России сократился на 26 % до 480,9 млн долл. год к году, говорится в совместном исследовании PwC и Российской венчурной компании (РВК). При этом совокупные инвестиции в ранние стадии проектов выросли на 4 %, до 141 млн долл., и в общей массе инвестиций их доля выросла до 30 %. Количество выходов инвесторов из проектов в 2014 г. также выросло год к году на 43 % в количественном выражении и на 51 % – в денежном, что аналитики РВК и PwC называют самым значимым итогом года. Закрыв 30 сделок, инвесторы смогли выручить 731,5 млндолл., говорится в отчете. Три из пяти крупнейших выходов в 2014 г. связаны с «Яндексом».

В прошлые годы фонды фокусировались на инвестициях поздних стадий, поэтому из проектов посевной стадии (до 15 млн руб.) образовалось бутылочное горлышко, а в 2014 г. в дефиците уже качественные подросшие стартапы, объясняет инвестиционный директор Фонда развития интернет-инициатив Максим Штейгервальд. Сейчас двигатель рынка – проекты стадии pre-seed (предпосевные, до 1 млн руб.); благодаря им можно решить проблему недостатка и низкого качества стартапов на дальнейших стадиях и выровнять рынок в 2015–2016 гг., надеется Штейгервальд.

Подавляющее большинство всех венчурных сделок по-прежнему приходится на IT-сектор, инвестиции в который составили 89,3 % общего числа сделок (всего 133) и 91,6 % их общей суммы (440,6 млн долл.), говорится в отчете. Кроме информационных технологий, PwC и РВК проанализировали сектор биотехнологий и промышленных технологий, которые сократились по количеству сделок (биотехнологии – на 54 % до шести сделок, промышленные технологии – на 37,5 % до 10 сделок). Но за счет одной крупной сделки в денежном выражении эти секторы привлекли 40,3 млн долл., что позволило им остаться на уровне 2013 г. Развитие российской венчурной отрасли, как говорит директор департамента инновацион-

ных рынков РВК Гульнара Биккулова, зависит от возможностей для выходов инвесторов. По ее словам, для этого российские корпорации должны принимать более активное участие в жизни венчурного рынка, а государству, в свою очередь, следует выступать в роли заказчика инноваций.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8

1. Какие виды стартапов существуют?
2. Какие действия нужно совершить для регистрации новой фирмы на территории России? Для чего необходимы учредительные документы фирмы? Что они обычно описывают? Какие учредительные документы необходимы для государственной регистрации фирмы?
3. В какие проекты инвестирует венчурный фонд Промсвязьбанк? В чем состоит особенность фонда и его задачи?

Венчурный фонд Промсвязьбанка – это совместный проект банка с «ОПОРОЙ РОССИИ» для поддержки молодых предпринимателей. Фонд не инвестирует в IT-стартапы, а только в проекты из традиционных сфер бизнеса. Размер фонда составляет 300 млн руб. Фонд ищет молодых предпринимателей, уже зарекомендовавших себя в бизнесе и помогает им запустить новые проекты и подняться на качественно новый уровень.

Фонд дает не только денежные инвестиции, но и сильную менторскую поддержку. Среди экспертов фонда Андрей Коркунов, основатель бренда «А. КОРКУНОВ», и Максим Каширин, создатель виноторговой компании SIMPLE.

Фонд ищет молодых предпринимателей в возрасте от 18 до 35 лет, которые:

- имеют предпринимательский опыт и начинают новый проект;
- хотят увеличить масштаб существующего бизнеса;
- побеждали или участвовали в конкурсах для молодых предпринимателей.

Андрей Коркунов, основатель бренда «А. КОРКУНОВ»: «Это эффективный способ увеличить число молодежных проектов в сферах, где традиционно сложно получить инвестиции: торговле, сфере услуг».Максим Каширин, основатель и директор виноторговой компании SIMPLE: Когда фонд PSB выстрелит, страна увидит больше успешных примеров предприимчивой молодежи!»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 9

1. На каких критериях основаны классификации стартапов?
2. Какие данные фиксируются в разделе «Управление фирмой»? Что такое уставная деятельность фирмы? К каким последствиям может привести нарушение положений устава? Каким образом можно разграничить полномочия разных органов управления и должностных лиц фирмы?
3. В какие проекты инвестирует венчурный фонд Промсвязьбанк? В чем состоит особенность фонда и его задачи?

Венчурный фонд Промсвязьбанка – это совместный проект банка с «ОПОРОЙ РОССИИ» для поддержки молодых предпринимателей. Фонд не инвестирует в IT-стартапы, а только в проекты из традиционных сфер бизнеса. Размер фонда составляет 300 млн руб. Фонд ищет молодых предпринимателей, уже зарекомендовавших себя в бизнесе и помогает им запустить новые проекты и подняться на качественно новый уровень.

Фонд дает не только денежные инвестиции, но и сильную менторскую поддержку. Среди экспертов фонда Андрей Коркунов, основатель бренда «А. КОРКУНОВ», и Максим Каширин, создатель виноторговой компании SIMPLE.

Фонд ищет молодых предпринимателей в возрасте от 18 до 35 лет, которые:

- имеют предпринимательский опыт и начинают новый проект;
- хотят увеличить масштаб существующего бизнеса;
- побеждали или участвовали в конкурсах для молодых предпринимателей.

Андрей Коркунов, основатель бренда «А. КОРКУНОВ»: «Это эффективный способ увеличить число молодежных проектов в сферах, где традиционно сложно получить инвестиции: торговле, сфере услуг».Максим Каширин, основатель и директор виноторговой компании SIMPLE: Когда фонд PSB выстрелит, страна увидит больше успешных примеров предприимчивой молодежи!»

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 10

1. Какие производственные стадии стартапа выделяют?
2. Какие задачи решают предприниматели на стадии стартапа?
3. Самой роскошной яхтой XX века считалась яхта Christina. Она принадлежала известному миллиардеру Аристотелю Онассису. На этой яхте отдыхало много знаменитых людей прошлого века: У.Черчиль, Д.Ф. Кеннеди и другие знаменитые политики, артисты, художники. Прошло время, яхта устарела. В газетах появилось сообщение, о том, что представители малого предпринимательства сумели вернуть интерес к ней и даже начали зарабатывать на этом деньги. Предложите свои варианты, как это может быть осуществлено.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 11

1. Что такое коммерциализация бизнеса?
2. Что включает построение организационной структуры бизнеса?
3. Зачастую считается, что основным мотивом к занятию предпринимательством выступает стремление предпринимателя к получению высоких доходов. Однако так происходит не всегда. Мотивация предпринимателей не одинакова. Так, для предпринимателей, являющихся субъектами малого бизнеса, получение больших доходов скорее является заоблачной мечтой, чем реальностью, а их каждодневная деятельность сводится не к максимальной прибыли, а во многих случаях к выживанию.

Какова мотивация человека, который заработал сотни миллионов долларов, но продолжает трудиться, что творится в их душах? Известный психолог Марина Мелия считает, что деньги для таких предпринимателей не является мотивом, деньги скорее выступают мерилом успеха, способом доказать, что ты сильный, умный и успешный. Она полагает, что среди богатых людей, желающих не работать и «досрочно уйти на пенсию» значительно меньше, чем среди небогатых. Такие люди работают не для удовлетворения своих потребностей, а ради самореализации и творчества. «Деньги сами по себе ни хороши, ни плохи. Это лакмусовая бумажка, которая проявляет определенные качества, или катализатор, который лишь усиливает то, что есть в человеке. Деньги – это не добро и не зло, это испытание…за свои большие деньги человек платит появлением у него зависимого окружения. От него зависят все: сотрудники, партнеры, друзья, дети, жены – материально, морально, психологически. Выстраивается система, в которой нет места критике, возражениям, негативной оценке его поступков. Проявляется ощущение всемогущества и вседозволенности».

Многие крупные предприниматели пытаются играть роль в развитии страны, участвуя в ее политической жизни. Это может быть обусловлено такими причинами как: желание пользовать политическое влияние на собственной безопасности и расширения возможностей своего бизнеса; или же романтическая причина, заключающаяся в желании предпринимателя повлиять на ситуацию в стране, считающего, что знает, как улучшить жизнь людей; наконец, желание изменить жизненные ориентиры, полностью поменять всю картину своей жизни. Какие мотивы побуждают предпринимателей к предприимчивому поведению? Всегда ли основной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 12

1. Что такое стадия конкурентной устойчивости бизнеса?
2. Какой процесс предшествует формированию внутрифирменных регламентов? Что включает в себя внутренний регламент? Какие виды внутренних регламентов обычно разрабатываются?
3. С какой целью был создан холдинг «Объединенные кондитеры»? Что представляет из себя структура холдинга?

Хороший пример применения стратегии, основанной на принципе «один в поле не воин», демонстрируют российские производители кондитерских изделий, сформировав в 2002 году холдинг «Объединенные кондитеры». Основная цель такого объединения – приобретение дополнительных конкурентных преимуществ перед западными компаниями, совершенствование управления отраслью.

Холдинг «Объединенные кондитеры» начал свою историю с момента, когда группа «Гута» объединила ОАО «Рот Фронт» и ОАО «Красный Октябрь», затем, в начале 2003 года к этим кондитерским фабрикам присоединилась ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский». «Объединенные кондитеры» - это управляющая компания, созданная с целью оптимизации управления предприятиями, введения единых стандартов продаж и единой ценовой и маркетинговой политики.

Уже спустя год после создания холдинга году оборот компаний, входящих в его состав, приблизился к $600 млн. в отпускных ценах производителя.

По итогам 2013г. доля рынка «Объединенных кондитеров» в основных категориях рынка составила: шоколадные плитки – 22,2%; конфеты в коробках – 22,3%; конфеты весовые – 30,1%; мучные/сахаристые – 34,2%.

Прирост производства в 2013 году составил 5%, а это говорит о том, что холдинг снова показал рост производства выше, чем увеличение рынка. По итогам 2013 года запущено 142 новинки, некоторые из них входят в категорию инновационных продуктов. Кроме того, в ушедшем году на московских и региональных фабриках проведена модернизация некоторых производственных линий. На данный момент в состав холдинга входят 15 российских кондитерских фабрик, в том числе ОАО «Рот Фронт», ОАО «Красный Октябрь», ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский». С целью увеличения объема выпуска готовой продукции и повышения своих конкурентных возможностей холдинг начал реализацию программы по модернизации своих предприятий. Им были подписаны контракты на приоб-

ретение и монтаж технологической линии для производства пралиновых конфет куполообразной и традиционной формы компании «Гекона ТЕК ГмбХ» и линии для производства шоколада с твердыми добавками и начинками фирмы AntonOhlertGmbH. Мощности новых линий составляют 5,7 тыс. тонн и 9 тыс. тонн в год соответственно.

На сегодняшний день совокупная мощность предприятий, входящих в холдинг, составляет более 360 тыс. тонн. В целом на предприятиях холдинга «Объединенные кондитеры» занято свыше 18 тыс. сотрудников.

Ассортиментный ряд холдинга «Объединенные кондитеры» охватывает весь спектр кондитерского рынка: шоколад, весовые и фасованные конфеты, карамель, ирис, вафли, халва, драже, какао-порошок, шоколадная паста, мармелад, торты. В ассортиментном портфеле холдинга представлены старейшие российские торговые марки: «Аленка», «Мишка косолапый», «Красная шапочка» «Золотой ярлык», «Сказки Пушкина», «Вдохновение», «Визит», «Белочка», «Мишка на севере», «Вечерний звон», «Осенний вальс», «Москвичка».

Основными брэндами «Объединенных кондитеров» являются: «Рот Фронт», «Красный октябрь», «Бабаевский».Продолжается расширение линейки бренда «FELICITA»®. Ассортимент уже представлен двенадцатью видами сладких изделий: шоколадные плитки, батончики и конфеты. Широкий ассортимент позволяет холдингу позиционировать свою продукцию в различных ценовых сегментах, ориентированных на женскую и мужскую аудитории в возрасте от 25 лет и старше.

Для увеличения доли предприятий холдинга на рынке кондитерских изделий и развития дилерской сети компанией «Объединенные кондитеры» была разработана комплексная программа развития системы продаж кондитерских изделий. Первым шагом программы стал ввод в эксплуатацию единой торговой площадки (ЕТП), которая представляет собой единый склад продукции всех предприятий холдинга «Объединенные кондитеры». ЕТП позволяет компании создать оптимальный ассортиментный запас продукции московских и региональных фабрик и распределить продукцию с ЕТП в регионы, на экспорт и в сетевые магазины Москвы и области. ЕТП позволяет отгружать до 3 тыс. тонн продукции в месяц, с использованием железнодорожной ветки с одновременной постановкой под погрузку до шести вагонов и возможностью отгрузки большегрузных фур. Создание ЕТП позволило осуществлять отгрузки консолидированного ассортимента холдинга. Компания намерена сама заниматься работой с сетевой розницей и регионами. Для этого на ряде предприятий созданы региональные дистрибьюторские центры (РДЦ), основная задача которых снабжение местных ритейлеров и оптовиков продукцией всех фабрик. Всего планируется создать семь РДЦ: Северо-запад, Юг, Центр, Поволжье, Урал, Сибирь, Дальний Восток. В остальных регионах сбытом займутся генеральные дилеры, с каждым из них будет подписан контракт.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 13

1. Какие показатели выступают индикаторами конкурентной устойчивости нового бизнеса? Поясните каждый из показателей.
2. В чем разница между стадией роста и стадией расширения бизнеса? Является ли размер фирмы доказательством ее эффективности? Обоснуйте свой ответ.
3. Чем обусловлена необходимость создания совместного предприятия для каждой из компаний (СИБУР и Solvay)? В чем выгода СП для каждой из компаний? Не приводит ли создание СП к излишней зависимости от партнёров по бизнесу и лишают компании самостоятельности?

В сентябре 2012 г. СИБУР и Solvay заключили соглашение о создании в г. Дзержинске Нижегородской области совместного предприятия «РусПАВ» по производству поверхностно-активных веществ (ПАВ) и продуктов для нефтедобывающей промышленности. Соглашение было подписано в рамках Международной выставки «Gastech 2012» в присутствии Министра энергетики РФ Александра Новака генеральным директором СИБУРа Дмитрием Коновым и директором Novecare, бизнес-подразделения группы Solvay, Эммануэлем Бутстраеном. Совместное предприятие создано сторонами на паритетных началах (50/50).

СИБУР (www.sibur.ru) является крупнейшей интегрированной газоперерабатывающей и нефтехимической компанией по объему продаж в России, а также в СНГ, Центральной и Восточной Европе. Компания закупает попутный нефтяной газ и жидкое углеводородное сырье у крупнейших российских нефтегазовых компаний и перерабатываем их в топливно-сырьевые продукты, в том числе в сжиженные углеводородные газы, природный газ и нафту, и далее в различные продукты нефтехимии, в том числе в базовые полимеры, синтетические каучуки, пластики, продукцию органического синтеза, полуфабрикаты и другие продукты. СИБУР реализует продукцию около 1 500 потребителей в топливно-энергетическом комплексе, автомобилестроении, строительстве, розничной торговле и других отраслях в 60 странах мира. По состоянию на 30 июня 2012 года СИБУР работал на 27 собственных производственных площадках. Количество сотрудников на конец первого полугодия текущего года составило приблизительно 31 800 человек.

Novecare— одно из крупнейших коммерческих подразделений компании Solvay, действующее по всему миру, предоставляет высококачественные изделия и решения для широкого диапазона отраслей промышленно-

сти, в том числе парфюмерно-косметической, агрохимической, нефтегазовой, а также для производства синтетических моющих средств, лакокрасочных материалов и товаров промышленного назначения. Благодаря всемирному присутствию, глобальной сети научно-исследовательских, опытно-конструкторских разработок и технической поддержки, компания Novecare удерживает лидирующие позиции на рынках технологий изготовления поверхностно-активных веществ, аминов, производных фосфорных соединений, природных и синтетических полимеров и мономеров, а также экологически чистых кислородсодержащих растворителей. Компания Novecare предлагает своим клиентам решения, которые могут удовлетворить и предугадать любые их потребности в рамках защиты и модификации поверхностей, реологии, активной подачи, совершенствования составов и процессов, здравоохранения и защиты окружающей среды.

Группа Solvay — международная химическая группа, ориентированная на устойчивое развитие, инновационную деятельность и высокие операционные показатели. Более 90% продаж компании осуществляется на рынках, где она входит в тройку лидеров. Группа Solvay предлагает покупателям широкий ассортимент товаров, позволяющих им улучшить качество жизни и эффективность работы, действуя на рынке потребительских товаров, строительном, автомобильном, энергетическом рынках, рынке электроники, а также в сфере использования и защиты водных ресурсов и окружающей среды. Головной офис Группы находится в Брюсселе, в Группе работает 31 000 человек в 55 странах. Чистый объем продаж Группы в 2011 году (по предварительным данным отчетности) составил 12,7 млрд. евро.

СИБУР обеспечит СП сырьем, а также необходимой производственной и логистической инфраструктурой. Кроме того, опираясь на продолжительный опыт деятельности на нефтехимическом рынке России, СИБУР окажет поддержку развитию бизнеса «РусПАВ» на нефтегазовых рынках России и СНГ.

Novecare, мировой лидер рынка ПАВ, предоставит практический опыт в технологиях производства и применения ПАВ, научные и инновационные компетенции, а также свою клиентскую сеть на международном нефтегазовом рынке, секторе бытовой химии и товаров личной гигиены. Рост спроса на ПАВ на рынках стран СНГ составляет более 6% в год.

«Сочетание успешного опыта Solvay на рынке ПАВ с нашей сырьевой базой и знанием российского рынка позволит СИБУРу укрепить лидирующие позиции в нефтехимической отрасли СНГ», — сказал генеральный директор СИБУРа Дмитрий Конов.

«Благодаря совместному проекту с СИБУРом, нашим долговременным и надежным партнером, мы сможем применить свой опыт и технологии в этом динамично развивающемся регионе и поддержать наших клиентов в разработке высококачественных продуктов для нефтегазового рынка, рынков товаров личной гигиены и бытовой химии», — отметил директор Novecare Эммануэль Бутстраен.

«Это совместное предприятие поддержит амбиции СИБУРа

по углублению коммерциализации основных видов продукции компании в тщательно отобранных быстрорастущих сегментах. Мы будем рады предоставить нашим будущим заказчикам продукцию с высокой добавленной стоимостью», — заявил Валерий Андосов, директор по развитию бизнеса Дирекции Пластиков и органического синтеза СИБУРа.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 14

1. Какую задачу-минимум и задачу-максимум включает поддержание и укрепление конкурентной устойчивости бизнеса?
2. Для чего на этапе стартапа предприниматель составляет бизнес-план? В чем состоит внешний смысл бизнес-плана? Какую информацию обычно содержит бизнес-план?
3. «Дотком» (dotcom, dot-com, dot.com) – компания, чья бизнес-модель целиком основывается на работе в рамках сети Интернет. Бурное развитие таких компаний началось в конце 1990-х гг. Название происходит от английского dot-com («точка-com») – домена верхнего уровня.com, в котором зарегистрированы преимущественно коммерческие организации.

Бурное развитие доткомов связано с повышенным вниманием общества к новым возможностям, предоставляемым всемирной сетью. Для периода расцвета доткомов была характера низкая стоимость привлечения заемного и инвестиционного капитала для любых проектов, связанных с Интернетом. Не в последнюю очередь именно это повлекло за собой возникновение огромного количества фирм, которые, используя Интернет в качестве «заклинания», легко получали значительные инвестиции не только от венчурных фондов, но и от более традиционных финансовых институтов. Закончился бум доткомов в марте 2000 г. обвальным падением фондового индекса NASDAQ и банкротством сотен компаний, порожденных Силиконовой долиной.

Крах доткомов вызвал масштабный отток финансовых средств из интернет-сектора экономики и потерю доверия к данному типу бизнеса. С 2004 г. интернет-проекты снова начали набирать силу, но уже как более взвешенные и продуманные. Немалую положительную роль в этом сыграло наличие ряда сложившихся бизнес-площадок и технологий, которые продолжали эффективно работать, несмотря на общий спад индустрии, а также весьма впечатляющее IPO компании Google, которая продемонстрировала в то время капитализацию компании на уровне 27 млрд долл. В настоящее время благодаря накопленному опыту и налаженной системе сетевой бизнес ничуть не уступает другим, более «материальным» отраслям. Несмотря на впечатляющий крах, «эпоха доткомов» имела и свои положи-тельные последствия: привлечение большого числа людей к Интернету, развитие инфраструктуры, переосмысление методов ведения бизнеса в Интернет. Крах «эпохи доткомов» подействовал на интернет-индустрию как холодный душ. Бизнесмены поняли, что ведение бизнеса в Интернете

очень отличается от «традиционных» форм бизнеса. Начался активный поиск более эффективных способов интернет-рекламы и др.

Из огромного количества фирм-доткомов после 2001 г. остались лишь единицы. Это фирмы, которые впоследствии стали ключевыми, системообразующими в интернет-индустрии: Amazon.com, AOL, EBay, Google, MSN, Yahoo!

Проанализируйте бизнес-кейс: выделите бизнес-модели, опишите отрасль, процессы изменений, которые влияли на успех и крах фирмы?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 15

1. Что включает в себя современный тим-билдинг? Какие формальные каналы поиска и привлечения специалистов наиболее эффективны для стартапа? Какие ошибки свойственны предпринимателям на этапе стартап при формировании команды бизнеса?
2. Что представляет собой «раскрутка бизнеса» в узком и широком смысле? Какие существуют направления раскрутки бизнеса?
3. Какие тенденции развития венчурных инвестиций в России можно выделить? Как они связаны с экономической ситуацией? В какие отрасли направляется большая часть венчурных инвестиций и почему?

В 2014 г. объем венчурных инвестиций в России сократился на 26 % до 480,9 млн долл. год к году, говорится в совместном исследовании PwC и Российской венчурной компании (РВК). При этом совокупные инвестиции в ранние стадии проектов выросли на 4 %, до 141 млн долл., и в общей массе инвестиций их доля выросла до 30 %. Количество выходов инвесторов из проектов в 2014 г. также выросло год к году на 43 % в количественном выражении и на 51 % – в денежном, что аналитики РВК и PwC называют самым значимым итогом года. Закрыв 30 сделок, инвесторы смогли выручить 731,5 млндолл., говорится в отчете. Три из пяти крупнейших выходов в 2014 г. связаны с «Яндексом».

В прошлые годы фонды фокусировались на инвестициях поздних стадий, поэтому из проектов посевной стадии (до 15 млн руб.) образовалось бутылочное горлышко, а в 2014 г. в дефиците уже качественные подросшие стартапы, объясняет инвестиционный директор Фонда развития интернет-инициатив Максим Штейгервальд. Сейчас двигатель рынка – проекты стадии pre-seed (предпосевные, до 1 млн руб.); благодаря им можно решить проблему недостатка и низкого качества стартапов на дальнейших стадиях и выровнять рынок в 2015–2016 гг., надеется Штейгервальд.

Подавляющее большинство всех венчурных сделок по-прежнему приходится на IT-сектор, инвестиции в который составили 89,3 % общего числа сделок (всего 133) и 91,6 % их общей суммы (440,6 млн долл.), говорится в отчете. Кроме информационных технологий, PwC и РВК проанализировали сектор биотехнологий и промышленных технологий, которые сократились по количеству сделок (биотехнологии – на 54 % до шести сделок, промышленные технологии – на 37,5 % до 10 сделок). Но за счет одной крупной сделки в денежном выражении эти секторы привлекли 40,3 млн долл., что позволило им остаться на уровне 2013 г. Развитие россий-

ской венчурной отрасли, как говорит директор департамента инновационных рынков РВК Гульнара Биккулова, зависит от возможностей для выходов инвесторов. По ее словам, для этого российские корпорации должны принимать более активное участие в жизни венчурного рынка, а государству, в свою очередь, следует выступать в роли заказчика инноваций.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 16

1. Что представляет собой «раскрутка бизнеса» в узком и широком смысле? Какие существуют направления раскрутки бизнеса?
2. За счет чего формируется имидж фирмы в глазах ее окружения? Какие стереотипные имиджи фирм существуют? В каких случаях говорят о малопубличной раскрутке бизнеса?
3. В какие проекты инвестирует венчурный фонд Промсвязьбанк? В чем состоит особенность фонда и его задачи?

Венчурный фонд Промсвязьбанка – это совместный проект банка с «ОПОРОЙ РОССИИ» для поддержки молодых предпринимателей. Фонд не инвестирует в IT-стартапы, а только в проекты из традиционных сфер бизнеса. Размер фонда составляет 300 млн руб. Фонд ищет молодых предпринимателей, уже зарекомендовавших себя в бизнесе и помогает им запустить новые проекты и подняться на качественно новый уровень.

Фонд дает не только денежные инвестиции, но и сильную менторскую поддержку. Среди экспертов фонда Андрей Коркунов, основатель бренда «А. КОРКУНОВ», и Максим Каширин, создатель виноторговой компании SIMPLE.

Фонд ищет молодых предпринимателей в возрасте от 18 до 35 лет, которые:

- имеют предпринимательский опыт и начинают новый проект;
- хотят увеличить масштаб существующего бизнеса;
- побеждали или участвовали в конкурсах для молодых предпринимателей.

Андрей Коркунов, основатель бренда «А. КОРКУНОВ»: «Это эффективный способ увеличить число молодежных проектов в сферах, где традиционно сложно получить инвестиции: торговле, сфере услуг».Максим Каширин, основатель и директор виноторговой компании SIMPLE: Когда фонд PSB выстрелит, страна увидит больше успешных примеров предприимчивой молодежи!»

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 17

1. Каковы в России критерии отнесения фирм к субъектам малого предпринимательства?
2. Какие действия обычно предпринимают для раскрутки внешнего имиджа фирмы? Приведите примеры возможных PR- и GR-мероприятий. Как формируется осязаемый имидж?
3. Приведите примеры возможных PR- и GR-мероприятий. Как формируется осязаемый имидж?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 18

1. Что можно отнести к преимуществам, а что к недостаткам малого предпринимательства?
2. Как происходит процесс бренд-билдинга? Что является результатами успешной раскрутки бизнеса?
3. Самой роскошной яхтой XX века считалась яхта Christina. Она принадлежала известному миллиардеру Аристотелю Онассису. На этой яхте отдыхало много знаменитых людей прошлого века: У.Черчиль, Д.Ф. Кеннеди и другие знаменитые политики, артисты, художники. Прошло время, яхта устарела. В газетах появилось сообщение, о том, что представители малого предпринимательства сумели вернуть интерес к ней и даже начали зарабатывать на этом деньги. Предложите свои варианты, как это может быть осуществлено.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 19

1. Что представляет собой предпринимательская миссия? Приведите примеры предпринимательской миссии.
2. На какой стадии формируется стоимость бизнеса? Какие основные направления включает управление стоимостью бизнеса? Как производится оценка стоимости бизнеса?
3. Зачастую считается, что основным мотивом к занятию предпринимательством выступает стремление предпринимателя к получению высоких доходов. Однако так происходит не всегда. Мотивация предпринимателей не одинакова. Так, для предпринимателей, являющихся субъектами малого бизнеса, получение больших доходов скорее является заоблачной мечтой, чем реальностью, а их каждодневная деятельность сводится не к максимальной прибыли, а во многих случаях к выживанию.

Какова мотивация человека, который заработал сотни миллионов долларов, но продолжает трудиться, что творится в их душах? Известный психолог Марина Мелия считает, что деньги для таких предпринимателей не является мотивом, деньги скорее выступают мерилом успеха, способом доказать, что ты сильный, умный и успешный. Она полагает, что среди богатых людей, желающих не работать и «досрочно уйти на пенсию» значительно меньше, чем среди небогатых. Такие люди работают не для удовлетворения своих потребностей, а ради самореализации и творчества. «Деньги сами по себе ни хороши, ни плохи. Это лакмусовая бумажка, которая проявляет определенные качества, или катализатор, который лишь усиливает то, что есть в человеке. Деньги – это не добро и не зло, это испытание…за свои большие деньги человек платит появлением у него зависимого окружения. От него зависят все: сотрудники, партнеры, друзья, дети, жены – материально, морально, психологически. Выстраивается система, в которой нет места критике, возражениям, негативной оценке его поступков. Проявляется ощущение всемогущества и вседозволенности».

Многие крупные предприниматели пытаются играть роль в развитии страны, участвуя в ее политической жизни. Это может быть обусловлено такими причинами как: желание пользовать политическое влияние на собственной безопасности и расширения возможностей своего бизнеса; или же романтическая причина, заключающаяся в желании предпринимателя повлиять на ситуацию в стране, считающего, что знает, как улучшить жизнь людей; наконец, желание изменить жизненные ориентиры, полностью поменять всю картину своей жизни. Какие мотивы побуждают пред-

принимателей к предприимчивому поведению? Всегда ли основной целью предпринимательской деятельности является получение прибыли?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 20

1. Унитарные предприятия: виды, основные признаки.
2. Какие подходы применяются при оценке стоимости бизнеса? Расскажите о преимуществах каждого из подходов.
3. С какой целью был создан холдинг «Объединенные кондитеры»? Что представляет из себя структура холдинга?

Хороший пример применения стратегии, основанной на принципе «один в поле не воин», демонстрируют российские производители кондитерских изделий, сформировав в 2002 году холдинг «Объединенные кондитеры». Основная цель такого объединения – приобретение дополнительных конкурентных преимуществ перед западными компаниями, совершенствование управления отраслью.

Холдинг «Объединенные кондитеры» начал свою историю с момента, когда группа «Гута» объединила ОАО «Рот Фронт» и ОАО «Красный Октябрь», затем, в начале 2003 года к этим кондитерским фабрикам присоединилась ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский». «Объединенные кондитеры» - это управляющая компания, созданная с целью оптимизации управления предприятиями, введения единых стандартов продаж и единой ценовой и маркетинговой политики.

Уже спустя год после создания холдинга году оборот компаний, входящих в его состав, приблизился к $600 млн. в отпускных ценах производителя.

По итогам 2013г. доля рынка «Объединенных кондитеров» в основных категориях рынка составила: шоколадные плитки – 22,2%; конфеты в коробках – 22,3%; конфеты весовые – 30,1%; мучные/сахаристые – 34,2%.

Прирост производства в 2013 году составил 5%, а это говорит о том, что холдинг снова показал рост производства выше, чем увеличение рынка. По итогам 2013 года запущено 142 новинки, некоторые из них входят в категорию инновационных продуктов. Кроме того, в ушедшем году на московских и региональных фабриках проведена модернизация некоторых производственных линий. На данный момент в состав холдинга входят 15 российских кондитерских фабрик, в том числе ОАО «Рот Фронт», ОАО «Красный Октябрь», ОАО «Кондитерский концерн Бабаевский». С целью увеличения объема выпуска готовой продукции и повышения своих конкурентных возможностей холдинг начал реализацию программы по модернизации своих предприятий. Им были подписаны контракты на приобретение и монтаж технологической линии для производства пралиновых

конфет куполообразной и традиционной формы компании «Гекона ТЕК ГмбХ» и линии для производства шоколада с твердыми добавками и начинками фирмы AntonOhlertGmbH. Мощности новых линий составляют 5,7 тыс. тонн и 9 тыс. тонн в год соответственно.

На сегодняшний день совокупная мощность предприятий, входящих в холдинг, составляет более 360 тыс. тонн. В целом на предприятиях холдинга «Объединенные кондитеры» занято свыше 18 тыс. сотрудников.

Ассортиментный ряд холдинга «Объединенные кондитеры» охватывает весь спектр кондитерского рынка: шоколад, весовые и фасованные конфеты, карамель, ирис, вафли, халва, драже, какао-порошок, шоколадная паста, мармелад, торты. В ассортиментном портфеле холдинга представлены старейшие российские торговые марки: «Аленка», «Мишка косолапый», «Красная шапочка» «Золотой ярлык», «Сказки Пушкина», «Вдохновение», «Визит», «Белочка», «Мишка на севере», «Вечерний звон», «Осенний вальс», «Москвичка».

Основными брэндами «Объединенных кондитеров» являются: «Рот Фронт», «Красный октябрь», «Бабаевский».Продолжается расширение линейки бренда «FELICITA»®. Ассортимент уже представлен двенадцатью видами сладких изделий: шоколадные плитки, батончики и конфеты. Широкий ассортимент позволяет холдингу позиционировать свою продукцию в различных ценовых сегментах, ориентированных на женскую и мужскую аудитории в возрасте от 25 лет и старше.

Для увеличения доли предприятий холдинга на рынке кондитерских изделий и развития дилерской сети компанией «Объединенные кондитеры» была разработана комплексная программа развития системы продаж кондитерских изделий. Первым шагом программы стал ввод в эксплуатацию единой торговой площадки (ЕТП), которая представляет собой единый склад продукции всех предприятий холдинга «Объединенные кондитеры». ЕТП позволяет компании создать оптимальный ассортиментный запас продукции московских и региональных фабрик и распределить продукцию с ЕТП в регионы, на экспорт и в сетевые магазины Москвы и области. ЕТП позволяет отгружать до 3 тыс. тонн продукции в месяц, с использованием железнодорожной ветки с одновременной постановкой под погрузку до шести вагонов и возможностью отгрузки большегрузных фур. Создание ЕТП позволило осуществлять отгрузки консолидированного ассортимента холдинга. Компания намерена сама заниматься работой с сетевой розницей и регионами. Для этого на ряде предприятий созданы региональные дистрибьюторские центры (РДЦ), основная задача которых снабжение местных ритейлеров и оптовиков продукцией всех фабрик. Всего планируется создать семь РДЦ: Северо-запад, Юг, Центр, Поволжье, Урал, Сибирь, Дальний Восток. В остальных регионах сбытом займутся генеральные дилеры, с каждым из них будет подписан контракт.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 21

1. Каковы основные причины добровольного выхода предпринимателей из бизнеса?
2. Чем характеризуются количественные изменения в бизнесе? На каких рынках обычно действуют быстрорастущие фирмы?
3. Чем обусловлена необходимость создания совместного предприятия для каждой из компаний (СИБУР и Solvay)? В чем выгода СП для каждой из компаний? Не приводит ли создание СП к излишней зависимости от партнёров по бизнесу и лишают компании самостоятельности?

В сентябре 2012 г. СИБУР и Solvay заключили соглашение о создании в г. Дзержинске Нижегородской области совместного предприятия «РусПАВ» по производству поверхностно-активных веществ (ПАВ) и продуктов для нефтедобывающей промышленности. Соглашение было подписано в рамках Международной выставки «Gastech 2012» в присутствии Министра энергетики РФ Александра Новака генеральным директором СИБУРа Дмитрием Коновым и директором Novecare, бизнес-подразделения группы Solvay, Эммануэлем Бутстраеном. Совместное предприятие создано сторонами на паритетных началах (50/50).

СИБУР (www.sibur.ru) является крупнейшей интегрированной газоперерабатывающей и нефтехимической компанией по объему продаж в России, а также в СНГ, Центральной и Восточной Европе. Компания закупает попутный нефтяной газ и жидкое углеводородное сырье у крупнейших российских нефтегазовых компаний и перерабатываем их в топливно-сырьевые продукты, в том числе в сжиженные углеводородные газы, природный газ и нафту, и далее в различные продукты нефтехимии, в том числе в базовые полимеры, синтетические каучуки, пластики, продукцию органического синтеза, полуфабрикаты и другие продукты. СИБУР реализует продукцию около 1 500 потребителей в топливно-энергетическом комплексе, автомобилестроении, строительстве, розничной торговле и других отраслях в 60 странах мира. По состоянию на 30 июня 2012 года СИБУР работал на 27 собственных производственных площадках. Количество сотрудников на конец первого полугодия текущего года составило приблизительно 31 800 человек.

Novecare— одно из крупнейших коммерческих подразделений компании Solvay, действующее по всему миру, предоставляет высококачественные изделия и решения для широкого диапазона отраслей промышленности, в том числе парфюмерно-косметической, агрохимической, нефтегазо-

вой, а также для производства синтетических моющих средств, лакокрасочных материалов и товаров промышленного назначения. Благодаря всемирному присутствию, глобальной сети научно-исследовательских, опытно-конструкторских разработок и технической поддержки, компания Novecare удерживает лидирующие позиции на рынках технологий изготовления поверхностно-активных веществ, аминов, производных фосфорных соединений, природных и синтетических полимеров и мономеров, а также экологически чистых кислородсодержащих растворителей. Компания Novecare предлагает своим клиентам решения, которые могут удовлетворить и предугадать любые их потребности в рамках защиты и модификации поверхностей, реологии, активной подачи, совершенствования составов и процессов, здравоохранения и защиты окружающей среды.

Группа Solvay — международная химическая группа, ориентированная на устойчивое развитие, инновационную деятельность и высокие операционные показатели. Более 90% продаж компании осуществляется на рынках, где она входит в тройку лидеров. Группа Solvay предлагает покупателям широкий ассортимент товаров, позволяющих им улучшить качество жизни и эффективность работы, действуя на рынке потребительских товаров, строительном, автомобильном, энергетическом рынках, рынке электроники, а также в сфере использования и защиты водных ресурсов и окружающей среды. Головной офис Группы находится в Брюсселе, в Группе работает 31 000 человек в 55 странах. Чистый объем продаж Группы в 2011 году (по предварительным данным отчетности) составил 12,7 млрд. евро.

СИБУР обеспечит СП сырьем, а также необходимой производственной и логистической инфраструктурой. Кроме того, опираясь на продолжительный опыт деятельности на нефтехимическом рынке России, СИБУР окажет поддержку развитию бизнеса «РусПАВ» на нефтегазовых рынках России и СНГ.

Novecare, мировой лидер рынка ПАВ, предоставит практический опыт в технологиях производства и применения ПАВ, научные и инновационные компетенции, а также свою клиентскую сеть на международном нефтегазовом рынке, секторе бытовой химии и товаров личной гигиены. Рост спроса на ПАВ на рынках стран СНГ составляет более 6% в год.

«Сочетание успешного опыта Solvay на рынке ПАВ с нашей сырьевой базой и знанием российского рынка позволит СИБУРу укрепить лидирующие позиции в нефтехимической отрасли СНГ», — сказал генеральный директор СИБУРа Дмитрий Конов.

«Благодаря совместному проекту с СИБУРом, нашим долговременным и надежным партнером, мы сможем применить свой опыт и технологии в этом динамично развивающемся регионе и поддержать наших клиентов в разработке высококачественных продуктов для нефтегазового рынка, рынков товаров личной гигиены и бытовой химии», — отметил директор Novecare Эммануэль Бутстраен.

«Это совместное предприятие поддержит амбиции СИБУРа по углублению коммерциализации основных видов продукции компании

в тщательно отобранных быстрорастущих сегментах. Мы будем рады предоставить нашим будущим заказчикам продукцию с высокой добавленной стоимостью», — заявил Валерий Андосов, директор по развитию бизнеса Дирекции Пластиков и органического синтеза СИБУРа.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 22

1. Какие мотивы выхода из бизнеса существуют у профессиональных предпринимателей из собственного бизнеса?
2. На изменение каких параметров деятельности фирмы направлены процессы управления ростом бизнеса? По каким направлениям осуществляется управление ростом бизнеса и каковыусловия его успешного осуществления? Какие условия должны соблюдаться для успешногоуправления ростом бизнеса?
3. «Дотком» (dotcom, dot-com, dot.com) – компания, чья бизнес-модель целиком основывается на работе в рамках сети Интернет. Бурное развитие таких компаний началось в конце 1990-х гг. Название происходит от английского dot-com («точка-com») – домена верхнего уровня.com, в котором зарегистрированы преимущественно коммерческие организации.

Бурное развитие доткомов связано с повышенным вниманием общества к новым возможностям, предоставляемым всемирной сетью. Для периода расцвета доткомов была характера низкая стоимость привлечения заемного и инвестиционного капитала для любых проектов, связанных с Интернетом. Не в последнюю очередь именно это повлекло за собой возникновение огромного количества фирм, которые, используя Интернет в качестве «заклинания», легко получали значительные инвестиции не только от венчурных фондов, но и от более традиционных финансовых институтов. Закончился бум доткомов в марте 2000 г. обвальным падением фондового индекса NASDAQ и банкротством сотен компаний, порожденных Силиконовой долиной.

Крах доткомов вызвал масштабный отток финансовых средств из интернет-сектора экономики и потерю доверия к данному типу бизнеса. С 2004 г. интернет-проекты снова начали набирать силу, но уже как более взвешенные и продуманные. Немалую положительную роль в этом сыграло наличие ряда сложившихся бизнес-площадок и технологий, которые продолжали эффективно работать, несмотря на общий спад индустрии, а также весьма впечатляющее IPO компании Google, которая продемонстрировала в то время капитализацию компании на уровне 27 млрд долл. В настоящее время благодаря накопленному опыту и налаженной системе сетевой бизнес ничуть не уступает другим, более «материальным» отраслям. Несмотря на впечатляющий крах, «эпоха доткомов» имела и свои положи-тельные последствия: привлечение большого числа людей к Интернету, развитие инфраструктуры, переосмысление методов ведения бизнеса

в Интернет. Крах «эпохи доткомов» подействовал на интернет-индустрию как холодный душ. Бизнесмены поняли, что ведение бизнеса в Интернете очень отличается от «традиционных» форм бизнеса. Начался активный поиск более эффективных способов интернет-рекламы и др.

Из огромного количества фирм-доткомов после 2001 г. остались лишь единицы. Это фирмы, которые впоследствии стали ключевыми, системообразующими в интернет-индустрии: Amazon.com, AOL, EBay, Google, MSN, Yahoo!

Проанализируйте бизнес-кейс: выделите бизнес-модели, опишите отрасль, процессы изменений, которые влияли на успех и крах фирмы?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 23

1. Какие риски сопутствуют продаже бизнеса?
2. Что такое конструктивныеьи деструктивные изменения в бизнесе? Приведите примеры. Чем различаются проактивныеи реактивные изменения в бизнесе?
3. Какие тенденции развития венчурных инвестиций в России можно выделить? Как они связаны с экономической ситуацией? В какие отрасли направляется большая часть венчурных инвестиций и почему?

В 2014 г. объем венчурных инвестиций в России сократился на 26 % до 480,9 млн долл. год к году, говорится в совместном исследовании PwC и Российской венчурной компании (РВК). При этом совокупные инвестиции в ранние стадии проектов выросли на 4 %, до 141 млн долл., и в общей массе инвестиций их доля выросла до 30 %. Количество выходов инвесторов из проектов в 2014 г. также выросло год к году на 43 % в количественном выражении и на 51 % – в денежном, что аналитики РВК и PwC называют самым значимым итогом года. Закрыв 30 сделок, инвесторы смогли выручить 731,5 млндолл., говорится в отчете. Три из пяти крупнейших выходов в 2014 г. связаны с «Яндексом».

В прошлые годы фонды фокусировались на инвестициях поздних стадий, поэтому из проектов посевной стадии (до 15 млн руб.) образовалось бутылочное горлышко, а в 2014 г. в дефиците уже качественные подросшие стартапы, объясняет инвестиционный директор Фонда развития интернет-инициатив Максим Штейгервальд. Сейчас двигатель рынка – проекты стадии pre-seed (предпосевные, до 1 млн руб.); благодаря им можно решить проблему недостатка и низкого качества стартапов на дальнейших стадиях и выровнять рынок в 2015–2016 гг., надеется Штейгервальд.

Подавляющее большинство всех венчурных сделок по-прежнему приходится на IT-сектор, инвестиции в который составили 89,3 % общего числа сделок (всего 133) и 91,6 % их общей суммы (440,6 млн долл.), говорится в отчете. Кроме информационных технологий, PwC и РВК проанализировали сектор биотехнологий и промышленных технологий, которые сократились по количеству сделок (биотехнологии – на 54 % до шести сделок, промышленные технологии – на 37,5 % до 10 сделок). Но за счет одной крупной сделки в денежном выражении эти секторы привлекли 40,3 млн долл., что позволило им остаться на уровне 2013 г. Развитие российской венчурной отрасли, как говорит директор департамента инновационных рынков РВК Гульнара Биккулова, зависит от возможностей для выхо-

дов инвесторов. По ее словам, для этого российские корпорации должны принимать более активное участие в жизни венчурного рынка, а государству, в свою очередь, следует выступать в роли заказчика инноваций.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 24

1. Передача бизнеса по наследству: сложности?
2. В каких случаях может быть принято решение о принудительной ликвидации фирмы? Опишите основные этапы ликвидации фирмы. Для чего составляется промежуточный ликвидационный баланс? В какой очередности удовлетворяются требования кредиторов при ликвидации юридического лица?
3. В какие проекты инвестирует венчурный фонд Промсвязьбанк? В чем состоит особенность фонда и его задачи?

Венчурный фонд Промсвязьбанка – это совместный проект банка с «ОПОРОЙ РОССИИ» для поддержки молодых предпринимателей. Фонд не инвестирует в IT-стартапы, а только в проекты из традиционных сфер бизнеса. Размер фонда составляет 300 млн руб. Фонд ищет молодых предпринимателей, уже зарекомендовавших себя в бизнесе и помогает им запустить новые проекты и подняться на качественно новый уровень.

Фонд дает не только денежные инвестиции, но и сильную менторскую поддержку. Среди экспертов фонда Андрей Коркунов, основатель бренда «А. КОРКУНОВ», и Максим Каширин, создатель виноторговой компании SIMPLE.

Фонд ищет молодых предпринимателей в возрасте от 18 до 35 лет, которые:

- имеют предпринимательский опыт и начинают новый проект;
- хотят увеличить масштаб существующего бизнеса;
- побеждали или участвовали в конкурсах для молодых предпринимателей.

Андрей Коркунов, основатель бренда «А. КОРКУНОВ»: «Это эффективный способ увеличить число молодежных проектов в сферах, где традиционно сложно получить инвестиции: торговле, сфере услуг».Максим Каширин, основатель и директор виноторговой компании SIMPLE: Когда фонд PSB выстрелит, страна увидит больше успешных примеров предприимчивой молодежи!»

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

Дисциплина Управление собственным бизнесом

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 25

1. Фиктивная ликвидация фирмы: причины?
2. В каких случаях фирма может быть признана несостоятельной? Кто может являться кредиторами должника? В каких случая происходит добровольное, а в каких – принудительное банкротство? При наличии каких обстоятельств банкротство может быть признано умышленным?
3. Самой роскошной яхтой XX века считалась яхта Christina. Она принадлежала известному миллиардеру Аристотелю Онассису. На этой яхте отдыхало много знаменитых людей прошлого века: У.Черчиль, Д.Ф. Кеннеди и другие знаменитые политики, артисты, художники. Прошло время, яхта устарела. В газетах появилось сообщение, о том, что представители малого предпринимательства сумели вернуть интерес к ней и даже начали зарабатывать на этом деньги. Предложите свои варианты, как это может быть осуществлено.

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Ректор Академии
_____
Т.В. Васильева
«05» июля 2023 г.

Рабочая программа дисциплины «Клиентоориентированность»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

1. Аннотация к дисциплине..... 3
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы **Ошибка! Закладка не определена.**
3. Тематический план..... **Ошибка! Закладка не определена.**
4. Содержание дисциплины ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
5. Методические указания для обучающихся по освоению 8
дисциплины..... 8
6. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине ..... **Ошибка! Закладка не определена.**
7. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине..... 15

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Клиентоориентированность» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки *38.03.06 Торговое дело,* утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 N 963.

Дисциплина «Клиентоориентированность» направлена на формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков клиентоориентированного подхода управления организацией и обслуживания клиентов. Целью дисциплины является развитие маркетингового мышления необходимого для эффективной работы менеджера с клиентами и получения навыков применения маркетинговых инструментов и методов, подходов для выработки и реализации стратегических решений любого уровня.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Клиентоориентированность» входит в факультативные дисциплины по программе подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 4 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины заключается в: формировании профессиональных знаний и компетенций в области теории и практики клиентоориентированного подхода в управлении.

Задачи изучения дисциплины:

- развитие маркетингового мышления, понимание конъюнктуры рынка клиента;
- ознакомление с основными подходами и инструментами в области клиетоориентированного сервиса и приобретение практических навыков работы с трудными клиентами;
- изучение и приобретение практических навыков в области управления клиентоориентированных услуг, умение применять маркетинговые методы управления в различных рыночных ситуациях;
- формирование способности ставить четкие маркетинговые цели и задачи на разных уровнях клиентоориентированности.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК-3**	**ПК-3.2** Анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	понятие клиентоориентированности, принципы клиентского сервиса и формирования лояльности клиентов для стимулирования продаж и повышения мотивации покупателей	применять модели оптимизации удержания клиентов, взаимодействовать с клиентами на основе выявления потребностей, повышения мотивации к совершению покупок и устранения сомнений; уметь работать с рекламациями	анализа деятельности по привлечению и удержанию клиентов, взаимодействия с клиентами с использованием современных информационных технологий в клиентоориентированных услугах	Контактная работа: Лекции, Семинары, Ситуационные практикумы Самостоятельная работа

3. Тематический план

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
		Лекции	Актив-ные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма											
Тема 1. Введение в дисциплину клиентоориентированность	ПК-3.2 (З1)	2			2					6	Ситуационный практикум/ 10
Тема 2. Клиентоориентированный подход как основа организации обслуживания клиентов..	ПК-3.2 (З2)	4	1		1					6	Ситуационный практикум/ 10 Доклад-презентация/ 5
Тема 3. Клиентоориентированный маркетинг.	ПК-3.2 (В1)	2	2		1					6	Ситуационный практикум/ 10 Доклад-презентация/ 5
Тема 4. Работа с рекламациями. Использование жалоб и рекламаций в интересах развития компании.	ПК-3.2 (У1)	2	1		1					6	Ситуационный практикум/ 10 Доклад-презентация/ 5
Тема 5. Клиентский сервис и клиеноориентированный персонал	ПК-3.2 (З2)	2	2		2					6	Ситуационный практикум/ 10 Доклад-презентация/ 5.
Тема 6. Формирование лояльности на основе клиентоориентированности	ПК-3.2 (У2)	2	1		1					6	Ситуационный практикум/ 10 Доклад-презентация/ 5

Наименование тем	Коды формируемых компетенций	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
		Лекции	Актив-ные занятия		Интерактивные занятия						
			Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Очная форма											
Тема 7. Эффект клиентоориентированности	ПК-3.2 (З2)	2	1		1					4	Ситуационный практикум/ 10 Доклад-презентация/ 5
Всего:	**ПК-3.2 (З1) ПК-3.2 (З2) ПК-3.2 (У1) ПК-3.2 (У2) ПК-3.2 (У3) ПК-3.2 (В1) ПК-3.2 (В2)**	**16**	**8**		**8**					**40**	**100**
Контроль, час		**0**									**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)		**72**									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)		**2**									

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в дисциплину клиентоориентированность.

Экономика XXI века: тенденции развития экономики и рынка услуг. Тенденции изменения жизненных форматов потребления в постиндустриальном обществе. Клиентоориентированность как философия бизнеса. Понятие клиентоориентированности. Основы

клиентоориентированного сервиса. Принципы современного сервиса. Когда нужна клиентоориентированность?

Тема 2. Клиентоориентированный подход как основа организации обслуживания клиентов.

Роль клиентоориентированного подхода в управлении. Ценность, получаемая клиентом и компанией от использования клиентоориентированного подхода. Уровни предложения услуг компании (основной, ожидаемый, расширенный, потенциальный). Модель дополнительных услуг компании. Лестница лояльности клиентов. Участие бренда в образовании ценности.

Тема 3. Клиентоориентированный маркетинг.

Вектор современного развития маркетинга: предпосылки возникновения клиентинга. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. «Трансакционный маркетинг»
и «маркетинг взаимоотношений». Ранжирование клиентов по уровню прибыльности. Экономика привлечения клиентов. Ретаргетинг клиентов. Экономика удержания клиентов и модели оптимизации удержания клиентов.

Тема 4. Работа с рекламациями. Использование жалоб и рекламаций в интересах развития компании.

Принципы клиентоориентированного подхода. Возражения и конфликты с клиентами. Жалоба как подарок. Важность профессиональной работы с жалобами. Классификация жалоб и особенности работы с каждым типом. Принципы организации взаимодействия с клиентом, как выяснить суть претензии. Особенности работы с трудными клиентами.

Тема 5. Клиентский сервис и клиентоориентированный персонал.

Достижение клиентоориентированности. Проблемы при работе с данными в рамках клиентоориентированного подхода. Прицельный маркетинг: ответ на потребности клиентов в режиме реального времени. Ретаргетинг клиентов для нацеливания на конкретные действия. Развитие аттракт-функции. Составляющие успеха клиентоориентированной стратегии.

Тема 6. Формирование лояльности на основе клиентоориентированности.

Понятие клиентоориентированности и лояльности клиентов. Формирование программ лояльности. Определение целей и задач программ лояльности. Экономическая целесообразность программы лояльности. Выбор инструмента программы лояльности.

Тема 7. Эффект клиентоориентированности.

Выгоды от клиентоориентированного подхода. Умение выявить потребности клиента и эффективно их удовлетворить. Лестница ожиданий клиента. Поведенческая и воспринимаемая лояльность.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе изучения дисциплины «Клиентоориентированность» используются такие виды учебной работы, как лекции, семинары, практикумы по решению задач, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданиям преподавателя.

Методические указания для обучающихся при работе над конспектом лекций во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

Семинары реализуются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

В ходе подготовки к семинарам обучающемуся рекомендуется изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом следует учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Рекомендуется также дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной

преподавателем и предусмотренной учебной программой. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар. Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обучающийся может обращаться за методической помощью к преподавателю. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В ходе семинара обучающийся может выступать с заранее подготовленным докладом. Также он должен проявлять активность при обсуждении выступлений и докладов одногруппников.

Поскольку активность обучающегося на семинарских занятиях является предметом контроля его продвижения в освоении курса, подготовка к семинарским занятиям требует ответственного отношения. Не допускается выступление по первоисточнику – необходимо иметь подготовленный письменный доклад, оцениваемый преподавателем наряду с устным выступлением. Не допускается также и распределение вопросов к семинару среди обучающихся группы, в результате которого отдельный обучающийся является не готовым к конструктивному обсуждению «не своего» вопроса. Все вопросы к семинару должны быть письменно проработаны каждым обучающимся.

Методические указания для обучающихся по участию в проведении ситуационного практикума

Ситуационный практикум (кейс) является одной из форм интерактивного практического занятия, целью которого является приобретение обучающимся умений командной работы навыков выработки решений в профессиональной области, развитие коммуникативных и творческих способностей в процессе выявления особенностей будущей профессиональной деятельности на основе анализа обучаемыми заданий, сформированных на основе практических ситуаций.

Прежде чем приступать к участию в ситуационном практикуме, обучающемуся необходимо:

- заранее, в процессе самостоятельной работы ознакомиться со сценарием практикума и необходимой литературой, рекомендованной программой курса;

- получить от преподавателя информацию о содержании кейса, информирует о форме предоставления результатов, сроках выполнения кейса и критериях оценки действий участников;

При выполнении задания необходимо:

- получить от преподавателя необходимые раздаточные материалы и принять участие в делении учебной группы на мини-группы и в выборах лидера мини-группы;

- участвовать в формировании отчета по выполнению кейса в своей мини-группе;

- участвовать в обсуждении отчетов мини-групп.

По итогам проведения ситуационного практикума, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю

Методические указания для обучающихся по подготовке к тесту

Тест – особая форма проверки знаний. Проводится после освоения одной или нескольких тем и свидетельствует о качестве понимания основных понятий изучаемого материала. Тестовые задания составлены к ключевым понятиям, основным разделам, важным терминологическим категориям изучаемой дисциплины.

Для подготовки к тесту необходимо знать терминологический аппарат дисциплины, понимать смысл научных категорий и уметь их использовать в профессиональной лексике.

Владение понятийным аппаратом, включённым в тестовые задания, позволяет преподавателю быстро проверить уровень понимания студентами важных методологических категорий.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой(конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления, в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.
2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).
3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.
4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.
5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.
6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).
7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего;
- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно

обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самост. работы**	**Форма контроля**
Тема 1. Введение в дисциплину клиентоориентированность.	Конъюнктура рынка. Социально-экономическая сущность маркетинга. Роль маркетинга в экономическом развитии страны. Принципы современного сервиса. Когда нужна клиентоориентированность?	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к дискуссии	Активная позиция в дискуссии по теме №1
Тема 2. Клиентоориентированный подход как	Модель дополнительных услуг компании. Лестница лояльности клиентов. Участие	Работа с литературой, источниками в сети Internet	Активная позиция в дискуссии по теме №2

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма контроля
основа организации обслуживания клиентов..	бренда в образовании ценности.	Подготовка к дискуссии, подготовка презентации и защита доклада	Защита доклада и подготовка презентации по теме 2
Тема 3. Клиентоориентированный маркетинг.	Экономика привлечения клиентов. Ретаргетинг клиентов. Экономика удержания клиентов и модели оптимизации удержания клиентов.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка презентации, защита доклада, подготовка отчета по решению тестовых заданий	Защита доклада и подготовка презентации по теме 3
Тема 4. Работа с рекламациями. Использование жалоб и рекламаций в интересах развития компании.	Стратегии позиционирования. Ошибки позиционирования. Классификация жалоб и особенности работы с каждым типом.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по решению ситуационного практикума по теме 4
Тема 5. Клиентский сервис и клиеноориентированный персонал	Управление взаимоотношениями с клиентами. Тенденции и перспективы развития Contact центров.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка презентации, защита доклада, подготовка отчета по решению тестовых заданий	Защита доклада и подготовка презентации по теме 5 Отчет по решению тестовых задач по теме 5
Тема 6. Формирование лояльности на основе клиентоориентированности	Выявление и способы преодоления барьеров между клиентом и фирмой.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по решению практических задач по теме 6

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма контроля
Тема 7. Эффект клиентоориентированности	Развитие аттракт-функции. Составляющие успеха клиентоориентированной стратегии. Разработка фирменной системы показателей модели успешного контакта.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка презентации, защита доклада	Защита доклада и подготов ка презента ции по теме 7

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Маркетинг: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080301 «Коммерция (торговое дело)», 080111 «Маркетинг», 032401 «Реклама» / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 351 с. http://biblioclub.ru
2. Евневич, М. А. Клиентоориентированность в цифровой экономике / М.А. Евневич. - М.: Синергия, 2017.
3. Ингильери, Леонардо Выдающийся сервис, отличная прибыль. Принципы достижения настоящей клиентоориентированности / Леонардо Ингильери , Мика Соломон. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.
4. Ингильери, Леонардо Выдающийся сервис, отличная прибыль. Принципы достижения настоящей клиентоориентированности / Леонардо Ингильери. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017.

Дополнительная литература:

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / под ред. М. Сухановой; пер. Т.В. Виноградова, А.А. Чех, Л.Л. Царук. - 7-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. - 211 с. – режим доступа http://biblioclub.ru
2. Марина, Шавровская und Светлана Апенько Клиентоориентированность персонала / Марина Шавровская und Светлана Апенько. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2018.
3. Смирнов, Юрий Иванович Клиентоориентированность как способ получения дополнительной прибыли / Смирнов Юрий Иванович. - М.: Флинта, 2013.
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. – М.: Дашков и К°, 2016. - 446 с. – режим доступа http://biblioclub.ru
5. Управление маркетингом: учебное пособие / под ред. А.В.

Короткова, И.М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 463с. – режим доступа http://biblioclub.ru

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимой для освоения дисциплины

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
Основные учебные материалы		
1	Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров.	www.marketcenter.ru
2	Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы.	www.sostav.ru
3	Сайт «Корпоративный менеджмент» (публикации журналов «Маркетинг в России и за рубежом», «Практический маркетинг».	www.cfin.ru
4	Сайт «Энциклопедия маркетинга»	www.marketing.spb.ru
5	Сайт электронного журнала по маркетингу.	www.4p.ru
6	Сайт издательской группы «Дело и сервис».	www.dis.ru
7	Сайт «Наука о рекламе».	www.advertology.ru

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;

- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

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

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Ситуационный практикум	**7**-10 - работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы 4-6 - работа выполнена в срок, самостоятельно, правильно поняты и использованы соответствующие формулы, использована требуемая информация, правильно выполнены требуемые расчеты, необходимые выводы сделаны частично, хорошо аргументированы, даны ответы на все поставленные вопросы 2-4 - работа выполнена в срок, в основном самостоятельно, использованы соответствующие формулы; имеются ошибки в расчетах; необходимые выводы сделаны частично, слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы 0- - обучающийся подготовил работу несамостоятельно или не завершил в срок, требуемые формулы не найдены или не поняты, выводы и ответы на вопросы отсутствуют
2.	Доклад –презентация	5 – доклад выполнен в соответствии с заявленной темой, презентация легко читаема и ясна для понимания, грамотное использование политологической терминологии, свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик правильно ответил на все вопросы в ходе дискуссии. 3-4 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, грамотное использование политологической терминологии, в основном свободное изложение рассматриваемых проблем, докладчик в основном правильно ответил на все вопросы преподавателя и обучающихся 1-2 – доклад выполнен в основном соответствии с требованиями, 10 не совсем правильно оформленных слайдов презентации, докладчик был «привязан» к тексту, докладчик испытывал затруднения при ответе на вопросы преподавателя и обучающихся

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Типовые кейсы к ситуационному практикуму

Кейс на клиентоориентированность (для оценки менеджеров по продажам)

Кейс для оценки клиентоориентированности менеджеров по продажам практически любых товаров B2B и B2C, как личных, так и телефонных продаж. Например, бытовой техники, промышленного оборудования, материалов и прочего. Подходит для оценки кандидатов на работу и действующих сотрудников при аттестации и определении потребности в обучении. Не требует от HR специальных знаний продаваемой номенклатуры.

Кейс хорош тем, что оцениваемый кандидат или работник не осознаёт, ЧТО именно вы оцениваете: думает, что знание товара.

Берём 3 листовки из каталога или проспекта с описанием 3-х товаров одинаковой номенклатуры (например, мобильных телефонов или нотбуков).

Один из высокой, другой из средней, третий - из экономичной ценовых категорий.

Даём оцениваемому и просим сравнить их по характеристикам. Или спрашиваем, чем объясняется различие в цене.

Менеджер с недостатком клиентоориентированности будет сравнивать технические характеристики. Клиентоориентированный менеджер начнёт с выяснения, для каких целей приобретается товар, как будет использоваться, а потом подбирает оптимальный. Зачастую - не самый дорогой.

Задачка для группового размышления: клиентоориентированный официант (конкурс)

Использую во время центра развития и оценки а также на различных коммуникативных тренингах в том случае, если набившая "оскомину" задачка про полторы курицы участникам уже известна, и они понимают принцип ее решения. В этом случае аналогичные задачи участники также решают сходу.
В данном случае заложен иной принцип решения.

Встретились три одноклассника совершенно случайно, на футболе, после 20 лет, как школа окончилась.

Решили отметить. Зашли в ближайший спорт-бар, накатили по пивку, посмотрели пару матчей, обсудили прожитую жизнь.

Принесли счет - 250 рублей. Друганы скинулись по стольнику, отдали официанту и пошли по домам.

Официант приносит чаевые в кассу, а новый метрдотель говорит:

- Ты что забыл основной принцип нашей новой корпоративной культуры? НИКАКИХ чаевых. Бегом догнал и отдал полтинник сдачи! Иначе будешь уволен.

Официант бежит за друганами, и думает: "Если отдать ребятам полтинник, да еще одной бумажкой, то они не смогут разделить 50 на 3. Никак не делится. Поссорятся. Из-за меня ведь поссорятся."

Поэтому официант достал из другого кармана три купюры по десять рублей, догнал ребят и раздал им, сославшись на корпоративную культуру спорт-бара.

Ребята пожали плечами, забрали по десятке и пошли дальше.

В итоге каждый из друганов заплатил по 90 рублей. 20 рублей остались у находчивого официанта. Итого 90Х3+20=290.

Теперь два вопроса:

1. Где недостающая десятка?

2. За что на следующий день все-таки уволили этого официанта?

Кейс для тренинга по продажам на отработку навыка прояснения потребностей клиента

Один из самых сложных навыков в продажах, как мне кажется, является **умение грамотно и структурировано задавать вопросы для прояснения ситуации и потребностей клиента**.

Здесь мы говорим о важности использования открытых вопросов; о важности расширения своего арсенала исследовательских вопросов; о таких техниках, как "текущая - желаемая ситуации", "воронка вопросов" и др.

Кейсы позволяет лучше понять цель и ценность этих инструментов и отработать их.

Кейс "Гараж. Что необходимо клиенту?"

ВВОДНАЯ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ

Вы – Семен Семенович, владелец загородного участка 20 соток в товариществе «Чтобы вы так жили» с коттеджем и баней. Участок находится в лесу.

Вы собрались построить на участке отдельно стоящий гараж размером

6х9 м. для вашего автомобиля внедорожника.

Ваш коттедж – это большой дом с оштукатуренными стенами, которые покрашены в «кирпичный» цвет. Каждые три года, из-за сильной влажности, вам приходится делать косметический ремонт фасада: заделывать трещины, снова красить стены. Это дорого, поэтому вы хотите построить гараж из красного кирпича - с одной стороны, такой гараж будет гармонично сочетаться с домом, с другой стороны, вы избежите новых расходов по уходу за оштукатуренными стенами гаража.

Максимальное количество средств, которое вы выделили на строительство гаража - 6000 тугриков.

Важная деталь – вы хотите **обязательно** установить в гараже автоматические ворота «Клин» компании «ЧУДО ВОРОТА» **черного цвета**. Это ваша давняя мечта.

Как крайний вариант – возможно строительство блочного гаража с оштукатуренными стенами цвета «кирпич».

Сейчас вы направляетесь на встречу с представителем строительной компании «И так сойдет».

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ПРОДАВЦА

Вы коммерческий директор строительной компании «И так сойдет».

Ваша фирма успешно развивается на строительном рынке, имея репутацию застройщика с высоким качеством выполняемых работ.

Строительство гаражных боксов для загородных участков одна из ваших специализаций.

Ваша компания строит 3 варианта гаражей. Ниже указана стоимость этих вариантов с установкой автоматических ворот «КЛИН» (цвет ворот «черный») компании «ЧУДО ВОРОТА», которые отлично зарекомендовали себя на рынке:

1. Стандартный железный гараж (размер 6х9)

Стоимость под ключ (включая покраску стен) - 3 410 тугриков

Гарантия качества - 2 года

Вы можете предоставить скидку не более 210

2. Блочный отштукатуренный (размер 6х9)

Стоимость по ключ (включая покраску стен) - 6 110 тугриков

Гарантия качества - 4 года

Вы можете предоставить скидку не более 310 тугиков

3. Кирпичный классический (размер 6х9)

Стоимость по ключ - 6 610 тугриков

Гарантия качества - 6 лет

Вы не предоставляете скидок на кирпичные гаражи, потому что данная работа требует высокого профессионализма, плюс ваши гарантии по качеству самые высокие на рынке.

По желанию клиента вы можете устанавливать во всех трех видах гаражей железные ворота «СКРИП» производства компании «ЧУДО ВОРОТА». В таком случае стоимость каждого из вариантов уменьшится на 710 тугриков.

С сегодняшнего дня вы начинаете совместную акцию с компанией «ЧУДО ВОРОТА». Оформи заказ на строительство кирпичного гаража с автоматическими воротами «КЛИН» **рыжего цвета** - получи скидку **620** тугриков.

Ваша задача выяснить потребности клиента и добиться, чтобы клиент оформил заказ именно у вас.

Как правило, участники не могут выйти на альтернативный вариант и достичь соглашения с покупателем.

В конце игры для всех зачитывается информация, как для покупателя, так и для продавца.

Участники сами делают вывод о важности умения задавать вопросы и прояснять все потребности клиента.

Примерная тематика докладов-презентаций:

1. Понятия «сервис для клиента» в широком и узком смысле слова.
2. Понятие «сервисная деятельность».
3. Понятие «культура сервиса».
4. Понятие «услуга».
5. Основные группы услуг и их характеристики клиентоориентированности.
6. Компоненты качества услуги .
7. Принципы современного клиентоориентированного маркетинга.
8. Социальные предпосылки возникновения и развития клиентоориентированной сервисной деятельности.
9. Периодизация истории сервисной деятельности в России.

10. Сфера сервиса в России во второй половине 19-начале 20 века.
11. Особенности сферы сервиса клиента в Советской России.
12. Позитивные и негативные тенденции в развитии сферы клиентоориентированного сервиса в 90-е гг. 20 века и в начале 3-го тысячелетия.
13. Виды клиентоориентированной сервисной деятельности.
14. Учреждения и организации сферы сервиса в России.
15. Производственные объединения в сфере сервисной деятельности.
16. Конкуренция в деятельности клиентоориентированной сферы сервиса.
17. Значение репутации предприятия клиентоориентированной сферы сервиса.
18. Понятие «индустрия сервиса».
19. Понятие «инфраструктура сервиса».
20. Разновидности клиентоориентированных услуг и их характеристика.

Примерный тест

Тест для менеджера по продажам, оценка клиентоориентированности, аналитических способностей

Тест для менеджера по продажам нужен для оценки общего уровня знаний и понимания специфики сферы продаж. Показывает клиентоориентированность кандидата, модель успеха, навыки аналитической работы, знание основ стратегии, умение управлять сложными ситуациями и т.д.
Данный тест прост и универсален в проведении тестирования. Помогает провести первичную оценку кандидата при приеме на работу. Данным тестом можно дополнить анкету кандидата. Тесты для менеджеров по продажам с ответами довольно просты в применении и интерпретации результатов.

Ф. И. О.

Отметьте в каждом утверждении те пункты, которые, на Ваш взгляд, наиболее соответствуют портрету идеального менеджера по продажам.

1. Сочетание каких трех качеств менеджера по продажам важны для клиента на начальном этапе взаимодействия?

A. Профильное образование, доскональное знание всех тонкостей продукта, привлекательный внешний вид.
B. Заинтересованность проблемами клиента, компетентность, точность.
C. Стратегическое мышление, энтузиазм, смелость.

2. Основная задача из сферы деятельности менеджера по продажам:

A. Аналитика.
B. Общение с клиентом.
C. Продажи.

3. Отметьте общие черты между предпринимателем и менеджером по продажам:

A. Менеджер по продажам воспринимает свой рынок сбыта так же, как предприниматель свою фирму.
B. Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки, учитывая перспективу.
C. Менеджер по продажам несет такие же риски, как и предприниматель.

4. Какие три составляющие играют для менеджера по продажам решающую роль для анализа ситуации на рынке?

A. Клиент, продавец, продукт/товар.
B. Структура сегмента рынка, оценка ситуации в нем с учетом продаваемого продукта, определение регионального
сегмента с географической точки зрения.
C. Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.

5. Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги:

A. Харизматичность менеджера по продажам.
B. Давно сложившиеся отношения с клиентом.
C. Высокая осведомленность менеджера по продажам о сложившихся на рынке условиях и о новом товаре.

6. Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:

A. Продажа.
B. Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.
C. Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.

7. Почему в процессе телефонного разговора с клиентом предпочтительнее форма глаголов настоящего времени, например «Вы довольны нашей последней поставкой?» (вместо – «Вы были довольны нашей последней поставкой?»)?

A. Так рекомендуют психологи.
B. Форма настоящего времени сообщает собеседнику, что он является клиентом, а не был им в прошлом или станет
в будущем.
C. Так проще формулировать вопросы при разговоре с клиентом.

8. Какие преимущества получает менеджер по продажам, если первым в компании-клиенте отвечает секретарь и затем соединяет по телефону с нужным человеком?

A. Можно преподнести свое предложение в наиболее выгодном свете.
B. Можно познакомиться с девушкой.
C. Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.
D. Нет преимуществ.

9. Отправляясь на первую встречу с потенциальным клиентом и не обладая информацией о традициях данной фирмы относительно служебной одежды сотрудников и их внешнего вида, менеджер по продажам должен одеться:

A. В дорогой костюм в классическом стиле и использовать броские аксессуары для того, чтобы наверняка запомниться партнерам и произвести впечатление представителя богатой компании.
B. В джинсы и джемпер темных тонов, чтобы казаться проще, даже если окажется, что в той компании принят строгий dress-code.
C. В не слишком новый, но опрятный и выглаженный костюм в классическом стиле.

10. Наиболее сильным конкурентом можно считать компанию, которая демонстрирует преимущество по двум факторам:

A. Соотношение цены и качества предоставляемых товаров.
B. Соотношение цены и количества продаваемых услуг и товаров.
C. Соотношение лояльности клиентов и роста прибыли.

11. Позитивная роль конкуренции заключается в:

A. Регуляции динамики цен.
B. Стимуляции к развитию сервиса.
C. Создании атмосферы гонки.

12. Выгодная цена не всегда является для клиента основным критерием в процессе принятия решения о сделке, потому что:

A. Клиент не умеет считать свои деньги.
B. Запрос клиента предполагает удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.
C. Клиент пытается манипулировать.
D. Клиенту важно, чтобы обслуживание было также хорошо, как и предлагаемая цена.

13. Наиболее удачным ответом менеджера по продажам в ситуации, когда клиент указывает ему на преимущества конкурента, будет:

A. Вы не правы, и я сейчас расскажу Вам, в чем именно.
B. Давайте обсудим все преимущества наших конкурентов.
C. Да, у наших коллег есть свои преимущества, а у нас – свои. Давайте поговорим о наших.
D. Безусловно, компания о которой Вы говорите, предоставляет качественные услуги и товары. Но наши преимущества заключаются в том, что…»

14. Какие свои психологические ресурсы менеджер по продажам должен задействовать в процессе работы с возражениями?

A. Терпение.
B. Напористость.
C. Красноречие.

15. Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?

A. Да, у нас дорого.
B. Да, Вы правы, наши цены довольно высоки, причем это напрямую связано с высоким качеством нашей продукции.
C. Ну что Вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!

16. Ключевой клиент – это:

A. Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.
B. Представители крупных предприятий.
C. Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет.

17. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации?

A. Умение парировать агрессивные высказывания.
B. Сострадание и совестливость.
C. Невозмутимость и понимание состояния клиента.

18. Работа по возвращению клиентов – это:

A. Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.
B. Умение приносить извинения за некачественную работу компании.
C. Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

19. Задачи менеджера по продажам на многопрофильной выставке:

A. Продавать как можно больше.
B. Устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности.
C. Продвигать свою компанию и ее продукцию.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Клиентоориентированность» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Маркетинг взаимоотношений: понятие и цели.

2. Концепции маркетинга взаимоотношений (К. Гренрооос, Ф. Котлер, Вебстер, К. Келлер и др.)
3. Жизненный цикл взаимоотношений с клиентом.
4. Понятие клиентоориентированого сервиса, его принципы и элементы.
5. Типологии клиентов в маркетинге.
6. Структура процесса оказания услуги клиенту.
7. Особенности подготовки персонала для взаимодействия с клиентами.
8. Коммуникации с клиентом. Формирование обратной связи.
9. Понятие личных продаж. Этапы процесса личной продажи.
10. Понятие технологии активных продаж.
11. Факторы, влияющие на эффективность продаж.
12. Основные этапы обслуживания потребителей в сервисных предприятиях.
13. Сущность понятия «качество услуг». Составляющие качества оказания услуг.
14. Соотношение восприятия и ожидания клиента. Основные формулы восприятия и ожидания и их сущность.
15. Специфика обслуживания клиентов по телефону. Основные правила.
16. Условия возникновения конфликтной ситуации и меры по урегулированию конфликтов с потребителями.
17. Возражения как препятствие к сотрудничеству с клиентами. Ложные и истинные возражения.
18. Понятие и причины жалоб покупателей.
19. Основные принципы работы с жалобами и претензиями клиентов.
20. Типы конфликтных клиентов и работы с конфликтными личностями в процессе продажи.
21. Стратегии привлечения новых клиентов.
22. Технологии удержания клиентов.
23. Технология создания и управления клиентской базой.
24. Принципы разработки программ лояльности и оценка их эффективности.

Задания 2-го типа

1. Социально-экономические факторы развития клиентоориентированности
2. Преимущества и недостатки специализации сервисных услуг
3. Признаки конкурентоспособности услуги
4. Компоненты сервисной системы.
5. Элементы оказания услуг и их взаимодействие.
6. Роль инфраструктуры в обеспеченности основной деятельности организации.
7. Роль предметно-пространственной среды в формировании имиджа сервисной фирмы.
8. Методы и формы обслуживания.
9. Способы приема заказов и заявок на услуги.
10. Методы организации взаимодействия с потребителями.
11. Психологические мотивы и объективные критерии выбора услуг

клиентами.

12. Отличительные особенности труда работников сферы сервиса.
13. Профильная характеристика компетенций сотрудников сервисной фирмы.
14. Формы и методы обучения персонала. Способы и методы привлечения эффективной рабочей силы.
15. Критерии оптимальности уровня обслуживания.
16. Отличительные особенности основных, вспомогательных и поддерживающих услуг.
17. Прогрессивные формы обслуживания клиентов.
18. Проблемы восприятия цен на услуги клиентами.
19. Характеристика «брешей» в обслуживании.
20. Функциональное и технологическое качество сервисной услуги.
21. Особенности и проблемы оценки качества услуг.
22. Показатели качества услуги.
23. Факторы, определяющие выбор и установление требований и показателей качества.
24. Базовые потребительские ценности услуг.
25. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителя.
26. Восстановление услуги как способ повышения качества.

Задания 3-го типа

Задание 1. Компания «Купил – Включил – Не работает» собирается выходить на рынок сервисных услуг. Согласно учредительным документам, предприятие специализируется на оказании сервисных услуг по ремонту аудио- и видеотехники. Разработайте план маркетинга на 1 год и программу организации сервиса на этом предприятии. Примечание: исходите из того, что компания ставит перед собой высокие цели, поэтому ваши предложения должны быть максимально обоснованы.

Задание 2. Предприятие «Вы – сломали, мы – починим» успешно работает на рынке сервисных услуг. Основной вид деятельности – оказание сервисных услуг по ремонту и диагностике бытовой техники. Недавно, благодаря НТП, компания смогла разработать услугу-новинку, обладающую характеристиками, превышающими все существующие аналоги на рынке. Разработайте перечень мероприятий, способных повысить имидж компании и защитить услугу от аналогов конкурентов на протяжении каждого из этапов жизненного цикла услуги.

Задание 3. Предприятие «Московская железная дорога» (МЖД) предполагает организовать в электричках систему питания пассажиров. Вскоре в электропоездах взамен мелких предпринимателей- коробейников появятся сотрудники из службы разносной торговли Московской железной дороги. Все они будут одеты в специальную форму. Предполагается, что первое время в электричках станут продавать мороженое, воду и газеты. Однако в будущем железнодорожники планируют организовать и горячее питание пассажиров. Официанты с тележками будут курсировать по вагонам

на протяжении всего времени следования электропоезда. Определите, какие позитивные и негативные стороны несет в себе «система питания пассажиров». Какие маркетинговые цели преследуют маркетологи МЖД, внедряя данную систему? Будет ли, с вашей точки зрения, иметь успех эта программа? Мнение обоснуйте.

Задание 4. Вы – маркетолог крупной туристской компании, основной вид деятельности которой – организация отдыха на побережье Черного моря. Разработайте план маркетинговых мероприятий, направленных на стимулирование спроса и привлечение новых клиентов. Какие действия может предпринять компания для повышения уровня удовлетворенности клиентов?

Задание 5. Крупная фирма собирается открыть ресторан быстрого питания в Москве. Какие факторы макросреды она должна учесть? Проведите анализ рынка на предмет выявления основных конкурентов компании. При анализе конкурентной среды необходимо выяснить примерно следующий перечень вопросов:

− кто основные конкуренты;
− стратегия конкурентов;
− оргструктура и менеджмент;
− финансовое состояние;
− маркетинговая и рекламная стратегия конкурентов;
− методы, используемые в конкурентной борьбе;
− комплекс оказываемых услуг.

Задание 6. Компания планирует открыть сеть ресторанов быстрого питания. Какие блюда вы непременно включили бы в меню этих ресторанов, чтобы выделить их из общей массы конкурентов и завоевать симпатии потенциальных клиентов? Примечание: причины, по которым вы собираетесь включить в меню то или иное блюдо, должны быть обоснованы.

Задание 7. На этапе маркетинга аудиторских услуг по поиску и привлечению клиентов аудиторская фирма может прибегнуть к рекламе. Разработайте план проведения рекламной кампании для одной из аудиторских фирм (по вашему выбору).

Задание 8. Мебельная фабрика «12 стульев» испытывает затруднения по целому ряду производственных вопросов: устаревшее оборудование, отсутствие необходимой технической подготовки. Вместе с этим, руководство фабрики, опасаясь уронить авторитет в глазах подчиненных, а также беспокоясь за возможную утечку конфиденциальной информации, явно не настроено обращаться за помощью к квалифицированным консультантам. Консалтинговой компании, с целью привлечения мебельной фабрики к совместному сотрудничеству, необходимо повысить интерес и доверие к себе и своим услугам. Разработайте программу по укреплению имиджа консалтинговой фирмы, которая позволила бы ей успешно сотрудничать с мебельной фабрикой.

Задание 9. С целью выявления спроса на банковские услуги в часы обеденного перерыва разработайте список вопросов (анкету) для посетителей

банка, ответы на которые должны определить целесообразность работы банка без перерыва на обед. Подумайте, какое время будет наиболее подходящим для проведения выборочного анкетирования посетителей (в день около 10-15 человек), если перерыв в банке с 14.00 – до 15.00?

Задание 10. Коммерческий банк установил новые (более выгодные) процентные ставки по вкладам населения в рублях и иностранной валюте. Разработайте рекламное информационное письмо для VIP-клиентов банка. Какие приложения вместе с письмом, по вашему мнению, необходимо будет вложить в конверт? Как называется подобный вид рекламы?

ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»



Рабочая программа дисциплины «Бренд-менеджмент»

Направление подготовки: ***38.03.06 Торговое дело***
Профиль подготовки: ***Электронная коммерция***
Квалификация выпускника: ***Бакалавр***
Форма обучения: ***очная***

Москва 2023

Содержание

I. Аннотация к дисциплине.....3

II. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....5

III. Тематический план.....6

IV. Содержание дисциплины.....7

V. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....10

VI. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....18

VII. Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....19

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Бренд-менеджмент» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Бренд-менеджмент» имеет большое значение для подготовки выпускников высшей квалификации в области торгового дела. Актуальность и практическая значимость изучения данного курса определяются в частности, важностью разнообразных концепций, научных подходов и наработанных в международной и российской практике технологий разработки и развития брендов, активно применяемых в компаниях и коммуникационных агентствах в качестве одного из ключевых направлений развития современного маркетинга и маркетинговых коммуникаций; признанной и постоянно растущей ролью брендов как нематериальных активов компаний, участвующих в их капитализации. Недостаточным вниманием, уделяемым исследованию, анализу и развитию брендов и архитектур марочных портфелей со стороны ряда отечественных компаний и фирм; слабой осведомленностью компаний о новых направлениях развития брендов, появляющихся прежде всего в зарубежной (но отчасти и в российской) научной и практически ориентированной литературе. В рамках данной дисциплины изучаются следующие основные проблемы: современные концепции брендинга и бренд-менеджмента; стратегии брендинга; типы брендируемых объектов и типы брендов на различных иерархических уровнях; портфель брендов компании, архитектура и роли брендов; разработка платформы бренда и системы идентификаторов бренда; формирование капитала бренда и развитие бренда во времени; особенности брендинга на различных рынках; частные торговые марки как особый тип брендов, их конкуренция с брендами производителей; оценка капитала и стоимости бренда.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит в блок факультативных дисциплин.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- получение знаний, умений и навыков, необходимых для обеспечения работы менеджера-маркетолога, а именно формирование и развитие ключевых компетенций студентов в области управления брендами, т.е. выработка у студентов профессионального взгляда, знаний научной и

практической направленности и базовых навыков по созданию и управлению брендами как важнейшими стратегическими нематериальными активами компаний, что позволит им разрабатывать конкурентноспособные и охраноспособные торговые марки, определять их позиционирование и идентичность, управлять их развитием с учетом маркетинговых и бизнес-стратегий фирмы, а также формировать, проводить аудит и оптимизировать портфели брендов компаний;

- сформировать знания о понятийном аппарате, основных концепциях и моделях брендинга; основных типах и источниках маркетинговых данных для формирования и разработки брендов, принципах разработки концепции бренда, позиционирования и его идентичности;
- научиться применять знания портфелей брендов для решения аналитических практических задач; разрабатывать концепции позиционирования бренда и обосновывать принятые решения;
- получить практический опыт описания идентичности существующего бренда на основе нескольких современных моделей; оценки охраноспособности и уникальности идентификаторов брендов; анализа здоровья и потребительского капитала брендов; навыками влияния различных маркетинговых стимулов на восприятие брендов и поведение потребителей в отношении брендов.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК-3**	**ПК-3.3** Использует современные методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	понятийный аппарат, основные концепции и модели брендинга	применять знания портфелей брендов для решения аналитических практических задач	описания идентичности существующего бренда на основе нескольких современных моделей;	Контактная работа: Лекции Семинар Ситуационные практикумы Самостоятельная работа
			основные типы и источники маркетинговых данных для формирования и разработки брендов, принципы разработки концепции бренда, позиционирования и его идентичности	разрабатывать концепции позиционирования бренда и обосновывать принятые решения	оценки охраноспособности и уникальности идентификаторов брендов; анализа здоровья и потребительского капитала брендов; навыками влияния различных маркетинговых стимулов на восприятие брендов и поведение потребителей в отношении брендов	

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме практической подготовки		
Очная форма											
Тема 1. Современные концепции брендинга и бренд-менеджментав современной академической и бизнес-сферах	2	2								6	Доклад-презентация /25
Тема 2. Типы брендов и стратегии брендинга. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов	4			4						7	Кейс-задание / 15
Тема 3. Разработка платформы бренда: наиболее известные концепции и успешные практики	2			2						7	Кейс-задание / 15
Тема 4. Разработка системы идентификаторов бренда	2			2						7	Кейс-задание / 15
Тема 5. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения	4			4						7	Кейс-задание / 15
Тема 6. Оценка стоимости бренда	2			2						6	Кейс-задание / 15
Всего:	**16**	**2**		**14**						**40**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**72**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**2**										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента в современной академической и бизнес-сферах

Концепция маркетинга XXI века. Изменение роли брендинга в компании в маркетинговых концепциях XXI века. Бизнес, маркетинг и брендинг. Понятие бренда. Соотношение понятий бренд, торговая марка, товарный знак. Идентичность бренда. Содержание бренда как коммуникационный процесс. Символы потребления. Отношение потребителя и бренда. Бренд на рынках b-to-c и b-to-b, значимость бренда для различных типов рынков. Традиционная и современные концепции брендинга (Д. Аакера, Т. Гэда, Ж.-Н. Капферера, М. Линдстрома, К Робертса, Дж. Гранта и др.). Брендинг как наиболее эффективная стратегия бизнеса на высоко конкурентных рынках. Место и роль бренда в стратегии компании. Ставка на бренд-лидерство и синергию. Бренд-ориентированная компания: принципы построения. Кто и как должен заниматься в компании брендингом. Брендинг и функции бренд-менеджера в компании в традиционной концепции и в концепции бренд-лидерства. Управленческие взаимосвязи с другими сотрудниками и руководством компании. Необходимость внутреннего брендинга для эффективной реализации концепции и стратегии бренда.

Тема 2. Типы брендов и стратегии брендинга. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов

Основные брендируемые объекты и типы брендов (компания-производитель, торговая компания, ассортиментная линейка, охватывающая разные товарные категории, товар одной товарной категории, компонент/ингредиент/составляющая, сопровождающая товар услуга). Перенос понятия «бренд» на другие объекты: люди, города, территории, страны, идеи и инициативы и др. Различные схемы взаимоотношения брендов одной компании. Дом брендов и брендированный дом: преимущества и недостатки различных подходов к брендированию. Корпоративные бренды, особенности их взаимодействия с товарными брендами. Самостоятельные товарные бренды и зонтичные (ассортиментные) бренды. Узкие и широкие зонтики. Суббренды: функции и особенности их использования. Бренд-торговая сеть. Развитие собственных товарных брендов торговой сети (частный марки). Портфель бренда и архитектура бренда: соотношение понятий. Роли брендов. Роли брендов в портфеле: стратегический бренд, запускающий бренд, «серебряная пуля», «дойная корова». Роли брендов в контекстах товарного рынка, основные типы соотношений: «поддерживающий бренд – основной бренд»; «родительский бренд – суббренды»; «основной бренд – его брендированная выгода»; кобрендинг (совместный брендинг). Побуждающая роль различных типов брендов и ее учет при выработке решений по бренд-менеджменту. Структура портфеля брендов, основные параметры: группировка по значимым характеристикам, иерархическое дерево, ассортимент. Понятие стратегии брендинга при работе с портфелем брендов. Основные типы стратегий брендинга: особенности,

принципы выбора. Концепция стратегий брендинга А. Штребингера.

Тема 3. Разработка платформы бренда: наиболее известные концепции и успешные практики

Стратегический анализ и маркетинговый аудит (внутренний и внешний аудит). Сегментирование рынка как основа разработки сильного бренда (цели, этапы и переменные сегментирования). Типы покупателей, потребительское поведение, мотивы. Моделирование потребительского инсайта.Выбор целевого сегмента, составление «профиля» целевого сегмента. Принципы разработки и составляющие эффективной платформы бренда. Идентичность бренда. Позиционирование бренда. Методы разработки позиционирования бренда. Типичные ошибки при разработке бренда. Модели планирования идентичности бренда (Модель Д. Аакера, модель пирамиды бренда, призмы бренда Капферера, платформы бренла Y&R, ключ бренда Unileveri др.). Построение системы идентичности бренда по Аакеру: сущность бренда, стержневая идентичность, расширенная идентичность. Бренд как продукт, бренд как организация, бренд как личность, бренд как символ. Предложение ценности (функциональные выгоды, эмоциональные выгоды, выгоды самовыражения). Надежность бренда в глазах потребителей. Система реализации идентичности бренда. Проработка идентичности. Позиция бренда, программы создания бренда. Моделирование сущности бренда и бренд-имиджа: обзор западных систем. Построение пирамиды бренда и mood board (эмоциональной карты бренда) для корпоративных и товарных брендов. Преимущества, выгоды, ценности и индивидуальность товарного бренда. Видение, миссия, ценности корпоративного бренда. Другие формы презентации бренд-имиджа. Особенности брендинга на различных типах рынков с учетом B2B и B2C-сфер, особенностей брендинга услуг и др.

Тема 4. Разработка системы идентификаторов бренда

Понятие атрибута бренда. Виды атрибутов бренда. Внешняя и внутренняя атрибутика. Группы атрибутов. Имя бренда. Фирменный знак, логотип, фирменный стиль и фирменная символика, музыкальное оформление, голос и др. Знак идентификации как инструмент брендинга. Взаимосвязь роли бренда в марочном портфеле с типом знака идентификации. Понятие сильного коммерческого знака (названия, изобразительного знака). Маркетинговые, лингвистические и юридические критерии сильного знака идентификации. Классы МКТУ. Применение данной классификации для анализа различных типов товарных знаков. Этапы разработки знаков идентификации как атрибутов бренда. Исследовательский этап. Брифование задания на разработку идентификаторов бренда. Этап генерации креативных решений. Экспертная оценка разработанных вариантов и первичный отбор. Предварительное тестирование вариантов и второй этап отбора. Подготовка обоснования для заказчика. Проверка отобранных вариантов на уникальность. Разработка легенды бренда.

Тема 5. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения

Жизненный цикл товара и жизненный цикл бренда. Развитие бренда во времени. Стратегические задачи управления брендом. Понятие капитала бренда. Развитие бренда в контексте построения отношений с потребителями. Понятие капитала бренда. Осведомленность, интерес, знакомство, доверие, лояльность, дружба, приверженность. Развитие бренда во времени и управление лояльностью потребителей. Типы лояльности. Основные методы формирования лояльности бренду. Степень лояльности потребителей бренду и причины переключения потребителей на другие марки. Развитие бренда в контексте товарных категорий: растяжение и расширение бренда – преимущества и риски. Что предпочтительнее в определенных случаях? Имидж бренда в ситуациях его расширения и растяжения. Способы корректировки и "реанимации" бренда: рестайлинг, «ревиталайзинг», репозиционирование, ребрендинг, слияние брендов. Кобрендинг, его преимущества и ограничения. Аудит бренда: внешний, внутренний, комплексный. Исследования и исследовательские данные, используемые при аудите бренда. Бренд-трекинг. Изучение развития брендов и оценки их капитала на основе методик BrandDynamics, Brand Asset Valuator Y&R, BRANDZ и др. Аудит марочного портфеля и архитектуры бренда. Портфельный анализ брендов: современные подходы и концепции (McKinsey, GE/ McKinsey, Shell, MCC, концепция Н. Кумар и др.)

Тема 6. Оценка стоимости бренда

Бренды как нематериальные активы компании, способствующие ее капитализации и увеличению стоимости. Создание бренда как инвестиционный проект. Метод DCF: преимущества и ограничения. Метод реальных опционов. Брендинг как реальный многоэтапный опцион. Кривая спроса для бренда по сравнению с немарочным товаром. Денежные потоки с учетом и без учета затрат на брендинг. Стоимость инвестиций в брендинг. Методы оценки стоимости бренда Interbrand и BrandFinance. Оценка стоимости крупнейших мировых брендов: основные данные и тенденции в составе top-20 и top-100. Причины существенного расхождения оценки стоимости брендов разных компаний.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения данной дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекция, семинары, ситуационные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков использования профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение интеллектуальных инициатив.

Методические указания для обучающихся при работе во время проведения лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

Во время лекции следует обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Во время лекции можно делать пометки для лучшей систематизации материала и дополнения имеющихся источников информации по теме лекции.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Лекция не заменяет собой учебник, лекция направлена на общее раскрытие темы, проблемы, выделение главных существенных аспектов, на которые следует обратить внимание. Лектор указывает пути, которым нужно следовать, для достижения глубокого понимания изучаемой темы. Главной целью лекции является – донести сущность поставленной в теме проблемы. Лекция требует от слушателя большой самостоятельной работы. Во время лекции можно фиксировать основные этапы развития мысли лектора, выводы и обобщения. Фиксация полезна для последующего запоминания, а также для дальнейшей работы с рекомендуемой литературой и информацией, справочниками и иными документами.

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

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

С этой целью нужно:

– внимательно прочитать материал предыдущей лекции;

– ознакомиться с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;

– записать возможные вопросы, непонятные или спорные моменты, ответы на которые спросить у лектора на лекции по материалу изученной лекции;

– постараться уяснить место изучаемой темы в подготовке;

– узнать тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора или материалам рабочей программы дисциплины) и зафиксировать информацию, которая есть по данному вопросу.

Методические указания для обучающихся при работе на семинаре

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

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

Начиная подготовку к занятию семинарского типа, необходимо ознакомится с тематикой занятия и вопросами, выносимыми на обсуждение, прочитать соответствующие разделы лекционного материала, разделы учебной и научной литературы, чтобы получить общее представление о предметной области изучаемой темы. Затем следует поработать с дополнительной литературой, подготовить ответы на вопросы, что позволит систематизировать информацию, содержащуюся в учебной и научной литературе, а также будет способствовать превращению чтения в активный процесс, активизируя, наряду со зрительной, и моторную память.

При подготовке к занятию семинарского типа выделяют следующие этапы работы:

- изучение лекционного материала, учебников, рекомендованной литературы и источников;
- знакомство с хрестоматией (сборником документов), отбор материала, содержащего сведения, относящиеся к раскрываемому вопросу;
- составление плана раскрытия вопроса;
- составление ответа.

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

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

– самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики;

Обработка, обобщение полученных результатов работы проводиться обучающимися самостоятельно или под руководством преподавателя (в зависимости от степени сложности поставленных задач). В результате оформляется индивидуальный отчет в виде презентации. Подготовленная к сдаче на контроль и оценку презентация сдается преподавателю путем размещения в электронной информационно-образовательной среде. Главным результатом в данном случае служит получение положительной оценки по каждой работе/практическому заданию. Это является необходимым условием при проведении рубежного контроля и допуска к зачету. При получении неудовлетворительных результатов обучающийся имеет право в дополнительное время пересдать преподавателю работу до проведения промежуточной аттестации.

В ходе выполнения заданий необходимо следовать инструкциям и методическим указаниям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Методические указания для обучающихся по подготовке доклада-презентации

Для подготовки презентации необходимо собрать и обработать начальную информацию.

Последовательность подготовки презентации:

1. Четко сформулировать цель презентации: вы хотите свою аудиторию мотивировать, убедить, заразить какой-то идеей или просто формально отчитаться.

2. Определить каков будет формат презентации: живое выступление (тогда, сколько будет его продолжительность) или электронная рассылка (каков будет контекст презентации).

3. Отобрать всю содержательную часть для презентации и выстроить логическую цепочку представления.

4. Определить ключевые моменты в содержании текста и выделить их.

5. Определить виды визуализации (картинки) для отображения их на слайдах в соответствии с логикой, целью и спецификой материала.

6. Подобрать дизайн и форматировать слайды (количество картинок и текста, их расположение, цвет и размер).

7. Проверить визуальное восприятие презентации.

К видам визуализации относятся иллюстрации, образы, диаграммы, таблицы. Иллюстрация – представление реально существующего зрительного ряда.

Практические советы по подготовке презентации:

- готовьте отдельно: печатный текст, слайды (10-15), раздаточный материал;
- обязательная информация для презентации: тема, фамилия

и инициалы выступающего;

- план сообщения;
- краткие выводы из всего сказанного;
- список использованных источников.

Доклад - сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключении, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчик должен знать и уметь:

- сообщать новую информацию;
- использовать технические средства; хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия;
- дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы; четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);
- иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления.

Вступление должно содержать:

- название, сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- живую интересную форму изложения;
- акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов. Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Методические указания для обучающихся для подготовки к выполнению кейс-заданий

Кейс-задания - основной элемент метода case-study, который отно-

сится к неигровым имитационным активным методам обучения. Метод case-study или метод конкретных ситуаций (от английского case – случай, ситуация) представляет собой метод активного проблемноситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (выполнения кейс-заданий).

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Метод case-study – инструмент, позволяющий применить теоретические знания к решению практических задач. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и совершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях. Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ними будут придерживаться систематического подхода к их анализу, основные шаги которого представлены ниже.

1. Выпишите из соответствующих разделов учебной дисциплины ключевые идеи, для того чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые Вам предстоит использовать при анализе кейса.

2. Бегло прочтите кейс, чтобы составить о нем общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к кейсу и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст кейса, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Продумайте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть при работе с кейсом.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов:

используйте знания, полученные в процессе лекционного курса;

внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами;

не смешивайте предположения с фактами.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом в case-study используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет-презентация.

Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения. Одним из преимуществ публичной (устной) презентации является ее гибкость. Выступающий может откликаться на изменения окружающей обстановки, адаптировать свой стиль и материал, чувствуя настроение аудитории.

Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д. Подготовка письменного анализа кейса аналогична подготовке устного, с той разницей, что письменные отчеты-презентации обычно более структурированы и детализированы. Основное правило письменного анализа кейса заключается в том, чтобы избегать простого повторения информации из текста, информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения. Письменный отчет – презентация может сдаваться по истечении некоторого времени после устной презентации, что позволяет более тщательно проанализировать всю информацию, полученную в ходе дискуссии.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой (конспектирование)

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию, монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, её объем по курсу «Бренд-менеджмент» определяется учебным планом.

При самостоятельной работе студенты руководствуются методическими рекомендациями по дисциплине при минимальном участии преподавателя.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	**Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение**	**Формы самостоят. работы**	**Форма текущего контроля**
Тема 1. Современные концепции брендинга и бренд-	1. Бренд, брендинг, суббренд, Торговая марка, товарный знак, Логотип	Работа с литературой, включая ЭБС,	Выступление с презентацией доклада на семинаре

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
менеджментав современной академической и бизнес-сферах	2. Слоган рекламный, Слоган бренда 3. Фирменный стиль, Элементы фирменного стиля	Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации доклада	
Тема 2. Типы брендов и стратегии брендинга. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов	1. Расмотрение различий между брендом и торговой маркой на конкретном примере 2. Защита бренда - практическое задание по подготовке бренда к регистрации	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	Презентация кейс-задания на семинаре
Тема 3. Разработка платформы бренда: наиболее известные концепции и успешные практики	1. Обязательные элементы фирменного стиля: Логотип, торговая марка; Текстовый знак; Фирменные цвета (цветовая палитра); Фирменный шрифт; Визитная карточка; Фирменный бланк; 2. Конверт. Нейминг: разработка текстового названия для бренда; 3. выборка альтернативных названий для бренда; 4. Бренд-имиджа торговой марки; Визуальные составляющие бренда	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	Презентация кейс-задания на семинаре
Тема 4. Разработка системы идентификаторов бренда	1. От стратегии маркетинга к стратегии бренд-менеджмента: кейс - формирование стратегии бренд-менеджмента. 2. Рассмотреть на конкретном примере обязательные элементы фирменного стиля	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	Презентация кейс-задания на семинаре
Тема 5. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения	1. Разработка бренда 2. Создание бренда 3. Аудит бренда 4. Оценка стоимости бренда 5. Архитектура бренда	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети	Презентация кейс-задания на семинаре

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоят. работы	Форма текущего контроля
		«Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	
Тема 6. Оценка стоимости бренда	1. Разработка основных элементов бренда на конкретном примере	Работа с литературой, включая ЭБС, Ресурсами информационно-коммуникационной сети «Интернет» Подготовка презентации кейс-задания	Презентация кейс-задания на семинаре

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Макашев, М.О. Бренд : учебное пособие / М.О. Макашев. – Москва : Юнити, 2015. – 207 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390 (дата обращения: 30.09.2020). – Библиогр.: с. 201-202. – ISBN 5-238-00635-7. – Текст : электронный.
2. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва : Юнити, 2015. – 559 с. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697 (дата обращения: 30.09.2020). – ISBN 5-238-00894-5. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы : учебное пособие / Ф.И. Шарков. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 272 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573436 (дата обращения: 30.09.2020). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03152-6. – Текст : электронный.
2. Грошев, И.В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. – Москва : Юнити, 2015. – 655 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920 (дата обращения: 30.09.2020). – Библиогр.: с. 614-626. – ISBN 978-5-238-02203-1. – Текст : электронный.
3. Беквит, Г. Без раздумий: скрытые силы, заставляющие нас покупать / Г. Беквит ; ред. Н. Нарциссова ; пер. М. Десятова. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2017. – 231 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495604 (дата обращения: 22.07.2020). – ISBN 978-5-9614-6400-9. – Текст : электронный.

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
1.	Российская ассоциация маркетинга	http://www.ram.ru
2.	Гильдия маркетологов	http://www.marketologi.ru
3.	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru
4.	Маркетолог	http://www.marketolog.ru
5.	Бизнес-портал aup.ru: менеджмент и маркетинг в бизнесе	http://www.aup.ru
6.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm
7.	Официальный сайт Института социально-политических исследований РАН	www.isprras.ru
8.	Официальный сайт всероссийского центра изучения общественного мнения	www.wciom.ru
9.	Официальный сайт Аналитического цента Юрия Левады «Левада-центр»	www.levada.ru
10.	Институт научной информации по общественным наукам	http://www.inion.ru/
11.	Российская государственная библиотека// электронный каталог	http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/
12.	Национальная электронная библиотека	http://www.rusneb.ru

№ п/п	Наименование ресурса	Ссылка
13.	Федеральная служба государственной статистики РФ	http://www.gks.ru
14.	Библиотека маркетолога // электронный каталог	http://www.marketing.spb.ru/lib-research/all_methods.htm

6.3. Описание материально-технической базы

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Академии.

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Академии из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2:
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition
- Программное обеспечение Microsoft Visual Studio Community (Свободно распространяемое ПО// https://www.microsoft.com/ru-ru/SoftMicrosoft/vs2015Community.aspx)

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» http://biblioclub.ru/

современные профессиональные баз данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации http://pravo.gov.ru.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам

http://window.edu.ru/

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования http://fgosvo.ru.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (http://www.consultant.ru/)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Доклад-презентация	**1. Содержательная часть (максимум 8 баллов):** 7-8 – четко сформулирована цель, полноценна раскрыта тема, логично выстроено содержание, проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны исчерпывающие ответы на все поставленные вопросы; 4-6 – полноценно раскрыта тема, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично даны ответы на поставленные вопросы; 1-3 – тема раскрыта не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы. **2. Выступление (максимум 9 баллов):** 7-9 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 4-6 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-3 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **3. Презентация (максимум 8 баллов):** 7-8 – презентация на корпоративном шаблоне, включает титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы; содержит схемы, таблицы графики, диаграммы и другой визуальный материал, текст на слайдах в виде основных выводов; 4-6 – презентация на корпоративной шаблоне, не все обязательные слайды присутствуют в презентации (титульный лист, содержание, цель и задачи, основную часть, выводы и список литературы), много текстового материала; 1-3 – не использован корпоративный шаблон, нет списка литературы (целей и задач), на слайдах только текст. **Итого максимально 25 баллов**
2.	Кейс-задание	**1. Содержательная часть (максимум 9 баллов):** 7-9 – четко сформулирована цель задания, полноценно раскрыты вопросы кейса, логично выстроено содержание, проработана требуемая литература, сделаны необходимые выводы, хорошо аргументированы, даны необходимые доказательства для подкрепления выводов;

№ п/п	Форма учебного занятия, по которому проводится ТКУ	Шкала и критерии оценки, балл
		4-6 – полноценно раскрыты вопросы кейса, несколько нарушена логика изложения, проработана основная литература без дополнительных источников, сделаны выводы без четкой аргументации, частично дана доказательная аргументация сделанных выводов; 1-3 – ответы на вопросы кейса раскрыты не в полной мере, при подготовке использовались только интернет-ресурсы, отсутствуют самостоятельные выводы, представленные выводы слабо аргументированы, даны ответы не на все вопросы. **2. Выступление (максимум 6 баллов):** 5-6 – четкое, эмоциональное изложение, включающее вступление, основную часть, аргументированные выводы, без чтения текста, развернутые ответы на вопросы слушателей; 3-4 – четкое изложение доклада, некоторые сложности в коммуникации при изложении информации, без чтения текста доклада, краткие ответы на вопросы без развернутой аргументации 1-2 – прочтение доклада по слайдам, листу или гаджету. **Итого максимально 15 баллов**

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

<u>Типовые задания к практическим занятиям</u>

Практическое задание № 1

Форма практического задания: доклад-презентация

1. Анализ эффективности использования корпоративных торговых марок для продвижения компании и её продукции.
2. Онлайновые коммуникации бренда.
3. Признаки и тесты определения ослабления бренда (на примере сферы услуг или любой другой сферы деятельности).
4. Использование проективных методик при определении позиционирования бренда.
5. Брендинг в банковской сфере.
6. Психосемантические методы в исследованиях бренда.
7. Бренд как стратегия.
8. Позиционирование и коммуникации бренда.
9. Легенды брендинга. Что общего между маркетингом и мифологией.
10. Восприятие бренда покупателями.
11. Эффективность управления корпоративным брендом в сфере торговли.
12. Сравнительный анализ позиций корпоративного бренда в сфере услуг.
13. Специфика «нетоварного брендинга» в образовании и культуре.

14. Влияние потребителей на концепцию и развитие лидирующих брендов.
15. Анализ методики стоимостной оценки марочного капитала на примере конкретного бренда.
16. Управление капиталом бренда.
17. Методики и проблемы исследования на стадии разработки и конкуренции корпоративных и продуктовых марок.
18. Брендрейдинг и брендканнибализм.
19. Нематериальные активы брендинга.
20. Нефинансовые инструменты брендинга.
21. Бренд-мужчина и бренд-женщина: характеристика отличительных особенностей (гендерный подход в брендинге).
22. Ребрендинг, рестайлинг и репозиционирование бренда.
23. Стратегии брендов по Дж.Трауту.
24. Конструирование бренда 5LP (Five Level Positioning)
25. Анализ ошибок в креативных технологиях и коммуникациях при создании новых брендов.
26. Аспекты брендинга в B2B-секторе.
27. Оценка и мониторинг эффективности рекламной кампании бренда.
28. История промышленного бренда (по выбору).
29. Архитектура бренда.
30. Документирование (паспортизация) бренда.
31. Характеристика марочных стратегий.
32. Управление портфелем брендов.
33. Реанимация (оздоровление) бренда.
34. Self-брендинг (персональный брендинг).
35. Технология Brand Mapping (создание карты восприятия бренда).
36. Социальная ответственность бренда.

Практическое задание № 2-6

Форма практического задания: практическое задание (кейс)

Примеры кейс-заданий

Кейс-задание 1: Burberry: только вперед!

Burberry сегодня – самая инновационная компания в мире цифровых технологий на люксовом рынке. Пережив несколько кризисов, Burberry в XXI веке определяет свою позицию на рынке следующим образом:

Britishness (дословно: «британскость») – очень сильные ассоциации с английской культурой и наследием. В рекламных кампаниях предпочитают использовать британских моделей, используют говорящие названия для своих парфюмерных линий (например, Brit, Body, The Beat, Weekend).

Authentic outerwear heritage – наследие, представленное аутентичной верхней одеждой. В Burberry настаивают, что именно здесь был изобретен тренч, ставшей иконическим продуктом компании.

Historic icons: the trench coat, trademark check and Prorsum knight logo – вошедшие в историю знаковые продукты и элементы, среди которых тренч, фирменная клетка, использующаяся как принципиальный иденти-

фикатор бренда и логотип компании с изображением рыцаря (prorsum на латыни означает «вперед»).

Democratic luxury positioning – очень демократичное позиционирование себя как роскоши и возможность взаимодействовать с потребителями с любым доходом.

Innovation and intuition – инновации и интуиция, которые позволяют компании осуществлять в реальности самые неожиданные креативные решения.

Кейс-задание 2: Lady Dior

История этой культовой сумки начинается в 1995 г., когда на Сезанновском благотворительном ужине в парижском Пти-Пале, который спонсировался Домом Dior в пользу Great Osmond Hospital, г-жа Бернадетта Ширак (жена президента Французской Республики) в качестве подарка вручила ее леди Диане Спенсер, возглавлявшей тогда попечительский совет этой больницы.

Изначально Дом Dior собирался выпускать эту сумку из простроченной ткани. Однако за одну ночь, после того как первая леди Франции сделала свой выбор в ее пользу, по указанию Бернара Арно (владелец конгломерата LVMH, куда входит Dior) модель сумки изготовили из кожи.

Влиятельная французская журналистка Жани Саме *(Janie Samet)* предложила Бернару Данильон де Казелла, занимавшемуся пиаром модного дома, назвать эту сумку Lady Dior по созвучию с именем принцессы Дианы. Так и было сделано! [Самэ, 2010, 215].

Lady Dior украшена узором каннаж *(Cannage pattern)*, которым вручную простегана вся кожаная внешняя поверхность сумки. К ручке этой сумки традиционно прикрепляются брелоки *(charms)*, по буквам повторяющие название Дома: «D. I. O. R.». В зависимости от основного цвета сумки, эти буквы выполняются из посеребренного или позолоченного металла.

В 2009 г. по инициативе Джона Гальяно – креативного директора Дома Dior, начались съемки 4-х мини-фильмов, посвященных этой легендарной сумке, которые закончились в 2011 г. Все мини-фильмы снимались известными режиссерами и стали сенсацией не только в модном мире, но и мире большого кино.

Все декорации, костюмы и аксессуары для этих фильмов изготавливались Домом Dior, в некоторых сценах показаны (помимо сумки Lady Dior) прототипы новых продуктов, которых у Dior никогда ранее не существовало (например, карандаш в кожаном футляре, фляжка для спиртного или портсигар), что вызвало большое волнение и желание их немедленно купить у фанатов бренда.

Был открыт специальный сайт: ladydior.com (к сожалению, перестал существовать в 2011 г.), где можно было прочитать историю создания фильмов, рассмотреть весьма сложные костюмы главной героини и, самое главное - посмотреть и скачать сами фильмы.

Задание по кейсам: Используя данные кейса подготовьте доклад-презентацию об истории создания известного бренда. Бренд выбирается

студентом самостоятельно.

Кейс 3. Ассортимент бренда «Домик в деревне»

В 2002 г. ассортимент брендового товара «Домик в деревне» составлял семь видов товара (стерилизованное и топленое молоко, кефир, ряженка, сливки, сметана, творог, сливочное масло) и имел 19 товарных единиц (SKU). В 2006 г. к семи видам товара добавилась простокваша.

В 2015 г. бренд «Домик в деревне» существует в виде 11 видов товара (кефир, кефирный продукт, сметана, творог, масло, снежок, молоко, свежий сыр, простокваша, ряженка и сливки), представленных в виде 52 товарных единиц (рис. 3.7).

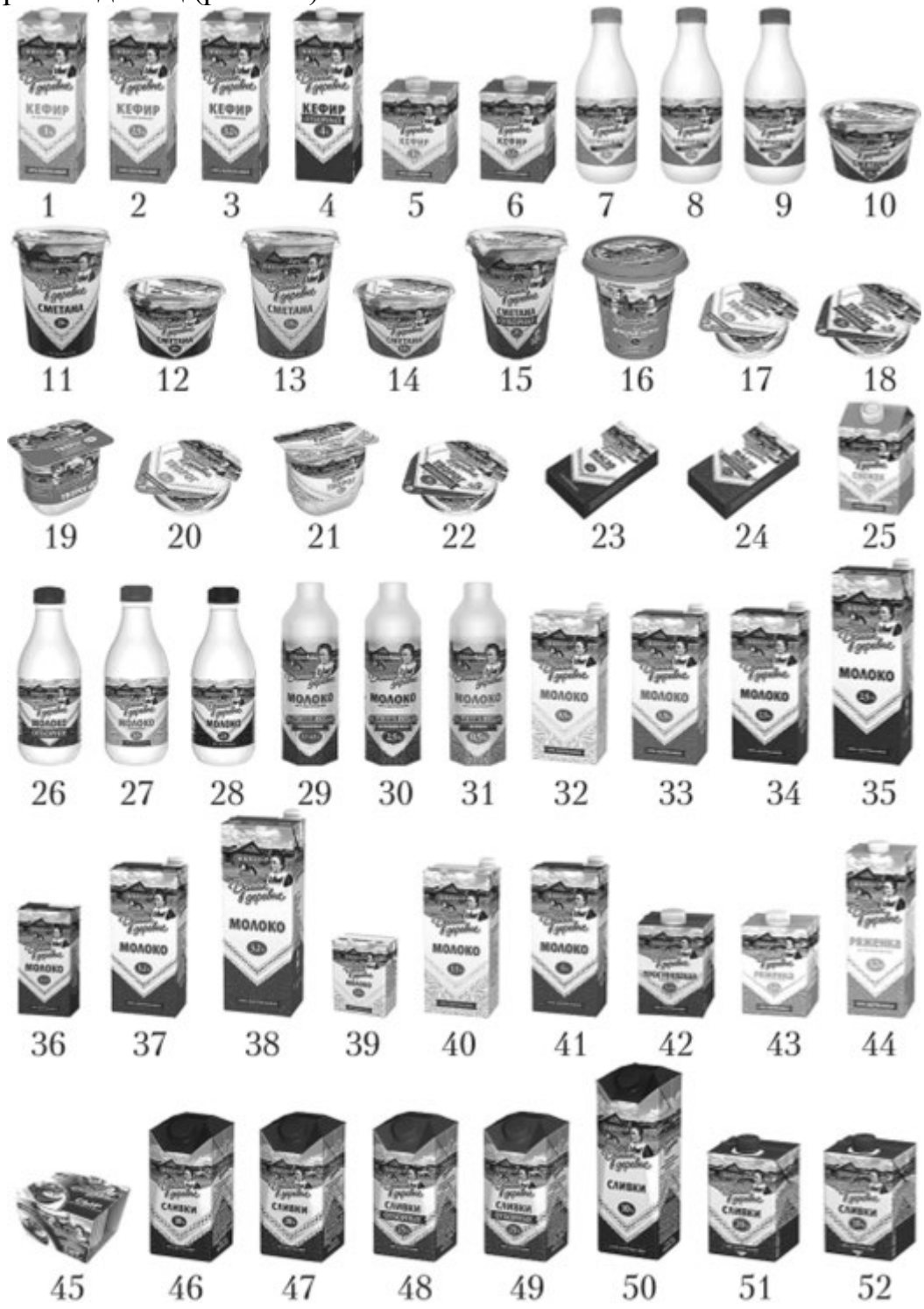


Рис. 3.7. **Полный ассортимент бренда «Домик в деревне»**

Ассортимент бренда «Домик в деревне» включает следующие продукты.

- 1. Кефир из живой закваски 1% (1000 г).
- 2. Кефир из живой закваски 2,5% (1000 г).
- 3. Кефир из живой закваски 3,2% (1000 г).
- 4. Кефир отборный 4% (1000 г).
- 5. Кефир из живой закваски 1% (515 г).
- 6. Кефир из живой закваски 3,2% (515 г).
- 7. Кефирный 1% (930 г).
- 8. Кефирный 2,5% (930 г).
- 9. Кефирный 3,2% (930 г).
- 10. Сметана деревенская отборная 25% (180 г).
- 11. Сметана 20% (400 г).
- 12. Сметана 20% (180 г).
- 13. Сметана 15% (400 г).
- 14. Сметана 15% (180 г).
- 15. Сметана деревенская отборная 25% (400 г).
- 16. Зерненый творог 5% (350 г).
- 17. Традиционный творог 0,2% (340 г).
- 18. Творог деревенский отборный 9% (340 г).
- 19. Творог мягкий 5,5% (250 г).
- 20. Традиционный творог 0,2% (170 г).
- 21. Творог мягкий 0,1% (250 г).
- 22. Творог деревенский отборный 9% (170 г).
- 23. Масло сливочное 72,5% (180 г).
- 24. Масло деревенское отборное 82,5% (180 г).
- 25. Снежок из натуральной закваски 2,5%.

- 26. Молоко деревенское отборное (пастеризованное) 3,7—4,5% (950 мл).
- 27. Молоко топленое (пастеризованное) 3,2% (950 мл).
- 28. Молоко деревенское отборное (пастеризованное) 2,5% (950 мл).
- 29. Молоко высшего сорта отборное (ультрапастеризованное) 3,7—4,5% (950 мл).
- 30. Молоко высшего сорта деревенское (ультрапастеризованное) 2,5% (950 мл).
- 31. Молоко высшего сорта легкое (ультрапастеризованное) 0,5% (950 мл).
- 32. Молоко (ультрапастеризованное) 0,5% (950 г).
- 33. Молоко (ультрапастеризованное) 1,5% (950 г).
- 34. Молоко (ультрапастеризованное) 2,5% (950 г).
- 35. Молоко (ультрапастеризованное) 2,5% (1450 г).
- 36. Молоко (ультрапастеризованное) 3,2% (500 г).
- 37. Молоко (ультрапастеризованное) 3,2% (950 г).
- 38. Молоко (ультрапастеризованное) 3,2% (1450 г).
- 39. Молоко (ультрапастеризованное) 3,5% (200 г).
- 40. Молоко (ультрапастеризованное) 3,5% (950 г).
- 41. Молоко (ультрапастеризованное) 6% (950 г).
- 42. Простокваша на особой закваске 3,5% (515 г).
- 43. Ряженка 100% натуральная 3,2% (515 г).
- 44. Ряженка 100% натуральная 3,2% (1000 г).
- 45. Сыр деревенский свежий 14%.
- 46. Сливки 10% (480,750 и 200 г).
- 47. Сливки 20% (480 г).
- 48. Сливки деревенские отборные 25% (480 г).
- 49. Сливки для взбивания 33% (480 г).
- 50. Сливки 10% (750 г).
- 51. Сливки 20% (200 г).

- 52. Сливки 10% (200 г).

Вопросы для обсуждения

- 1. Считаете ли вы ассортимент молочной продукции «Домик в деревне» оптимальным? Что вы рекомендуете: сделать ассортимент более широким, более узким или оставить без изменения? К чему может привести сужение ассортимента? К чему может привести расширение ассортимента? Обоснуйте свои ответы.
- 2. На каких принципах основано включение вида товара в ассортимент?
- 3. Почему в обозначении вида товара (позиции 7—9) используется прилагательное «Кефирный», а не существительное?
- 4. Какие функции выполняет словосочетание «деревенское отборное», добавленное к названию продукта?

Кейс. 4. Пять ценовых сегментов портфеля брендов «Балтика»

На рисунке представлен портфель брендов пивоваренной компании «Балтика: разделенный по ценовым сегментам.



Рис. **Структура брендов пивоваренной компании «Балтика» по ценовым сегментам**

Задания по кейсу

- 1. Изучите дополнительную литературу по кейсу и информацию в открытых источниках по тематике кейса. Сколько всего ценовых сегментов в пивоваренной компании «Балтика»? По каким принципам определялись эти сегменты?
- 2. Считаете ли вы такое разделение на ценовые сегменты оптимальным для пивоваренной компании «Балтика»? Кратко охарактеризуйте потребителей брендов в каждом ценовом сегменте. Чем отличается разделение ценовых сегментов компании «Балтика» на суперпремиальный, премиальный, среднеценовой, экономичный и дешевый от традиционной классификации: «high-end», «high», «middle», «low» и «low-end»? Обоснуйте свой ответ.
- 3. Как распределен портфель брендов по ценовым сегментам? Считаете ли вы такое распределение оптимальным для компании «Бал-

тика»? Что общего между брендами в одном ценовом сегменте? Также обоснуйте свой ответ.

Кейс-задание 5: «Разработка бренда для нового сервиса доставки продуктов»



Персональная продуктовая ячейка

Продуктоматы — новый тренд в food-ритейле, который пришёл и в Россию. Компания FreshShelf — это интернет-сервис по доставке продуктов. Он объединяет магазины крафтовых продуктов, фермерские хозяйства и так далее. Сервис позволяет клиенту забрать продукты в подъезде своего дома или в офисе в любое удобное время.

Как это работает: как только заказ доставлен в food-терминал FreshShelf, клиенту приходит SMS-уведомление с кодом доступа к ячейке. Терминалы оборудованы экранами, на которых вводится код доступа. Также сервис FreshShelf предоставляет услуги химчистки по той же схеме — человек оставляет и получает одежду в терминале.

Ячейки FreshShelf оснащены холодильниками и сохраняют продукты свежими до прихода заказчика.

Сейчас установлено около 20 food-терминалов компании в Москве. В ближайших планах активное расширение сети. Однако у сервиса отсутствовал брендинг, терминалы представляли собой комплексы белых ящиков с экранами. Поэтому жильцы дома или сотрудники бизнес-центров не понимали их назначения и не проявляли к сервису никакого интереса.



Компания FreshShelf обратилась к нам с задачей создать целостный узнаваемый бренд. Нужно было привлечь внимание потенциальных клиентов, сформировать внешний вид самого терминала, в том числе как объекта интерьера, вписать его в окружающую среду, отразить в брендинге идею свежести, экологичности, фермерства, вызвать доверие не только у потенциальных клиентов, но и партнёров, которые могут подключиться к системе.

Природный модуль

В работе команда «Репина Брендинг» отталкивалась от структуры самого объекта брендинга. Food-терминалы состоят из модулей и могут иметь различную конфигурацию: например, некоторые терминалы содержат ячейки для химчистки, товаров для дома и так далее. С точки зрения дизайна перед нами стояла нетривиальная задача — объединить эстетику продуктового супермаркета и digital-проекта, соблюсти баланс между аппетитом и технологиями.

Устройство внутри дома

Мы начали работу с изучения косвенных конкурентов и мирового опыта. Далее мы вывели основную идею позиционирования: «Новый гаджет внутри дома».

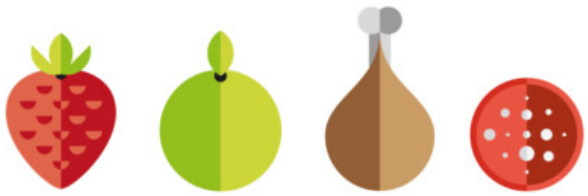
Затем мы определили основные характеристик бренда:

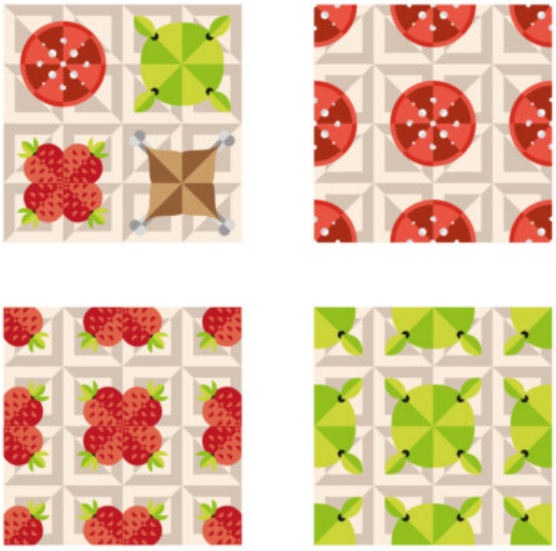
- Модульный.
- Эстетичный.
- Удобный.
- Динамичный.

Аппетитный ар-деко

Изначально мы понимали, что нам необходимо проработать модульность в дизайне, и без иконографики продуктов здесь не обойтись. Мы начали с проработки стиля иконографики, соединили продукты с интерь-

ерной эстетикой. Получили забавные паттерны, которые могут растягиваться на любой размер. В сочетании с древесными оттенками они отражали экоголичность. Но нам не хватало смыслов.

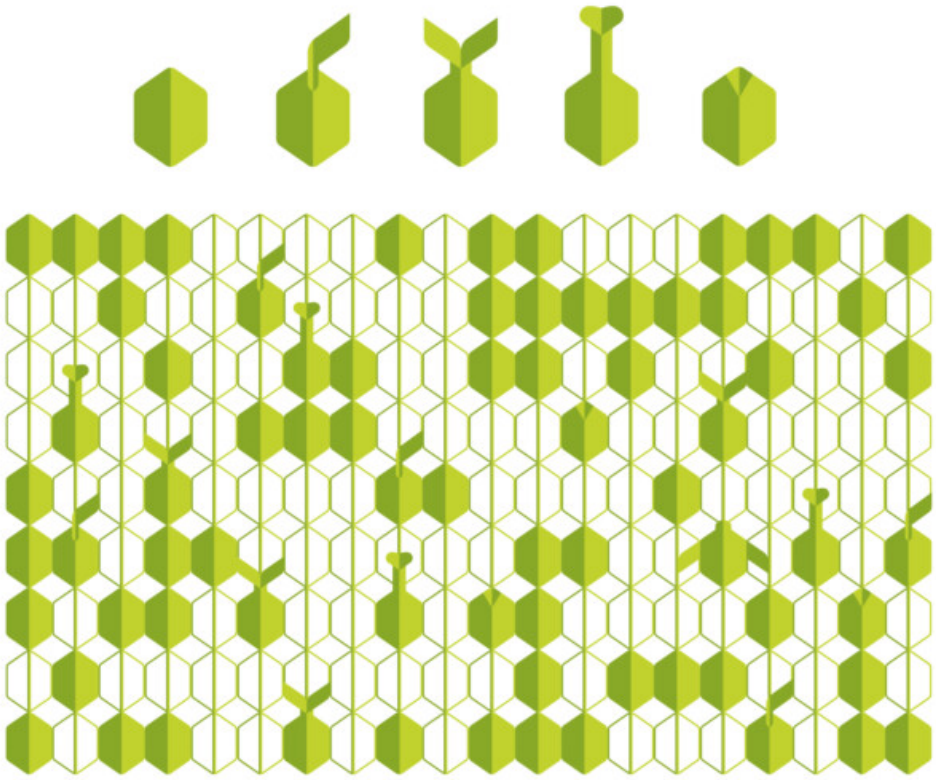




Технология свежести

Мы решили отразить тему ячеек, соединить образ терминала со свежестью. Получился логотип в виде листика и ячейки. Далее тему ячеек мы обыграли в паттерне, который выглядит, как соты. В этой концепции нам не хватило гибкости и аппетита. Однако идея листика и заложенной в нём первой буквы названия нам понравилась.

Fresh Shelf

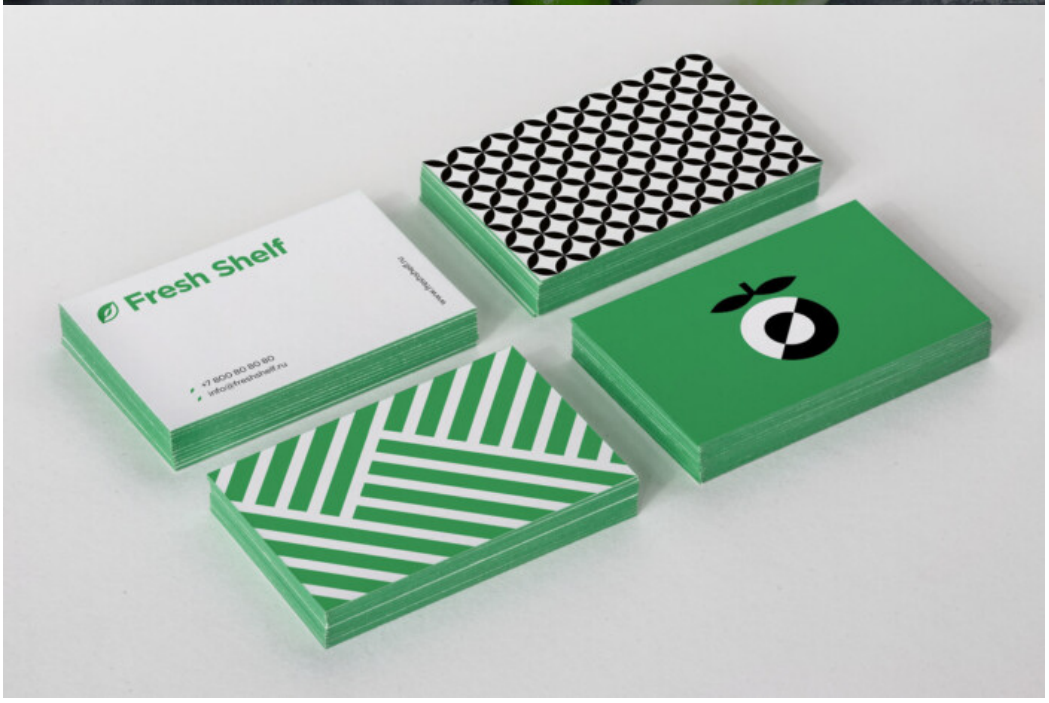


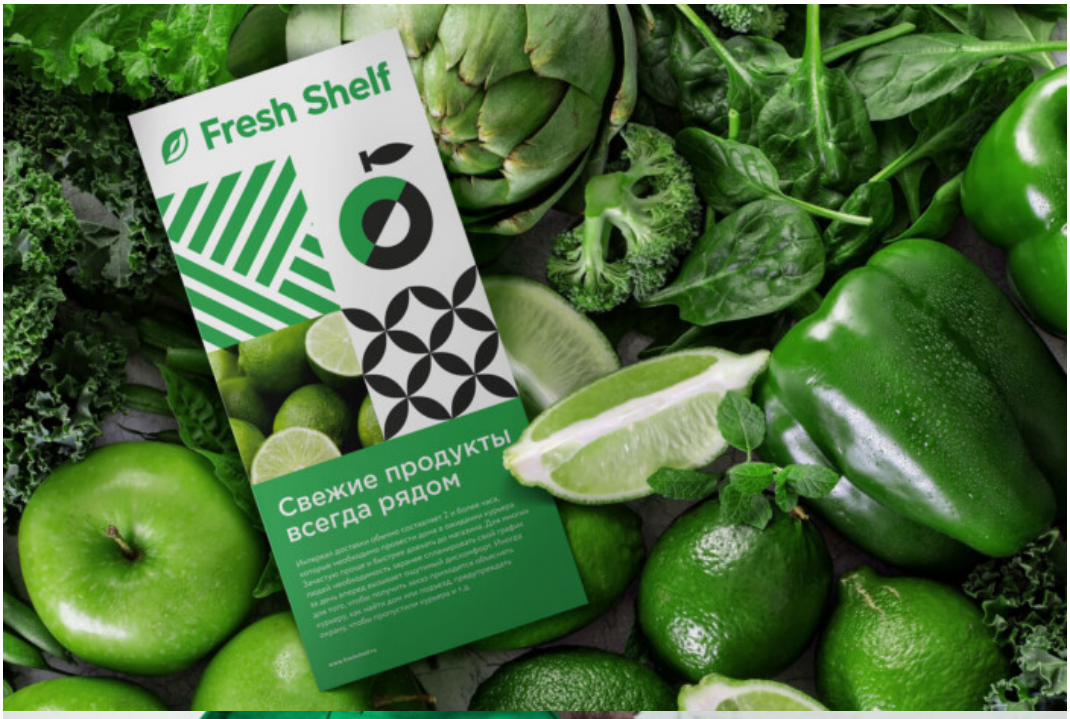
Свежесть 24 часа

Мы разработали иконки, которые символизируют день и ночь, намекая, что сервис круглосуточный. Они имеют более гибкую и узнаваемую структуру.

В иконках мы использовали форму листа, которая легла в основу логотипа и паттерна. Мы поняли, что модульность не должна быть скучной, и разработали систему, по которой каждая ячейка брендируется по-своему.


Fresh Shelf


Fresh Shelf





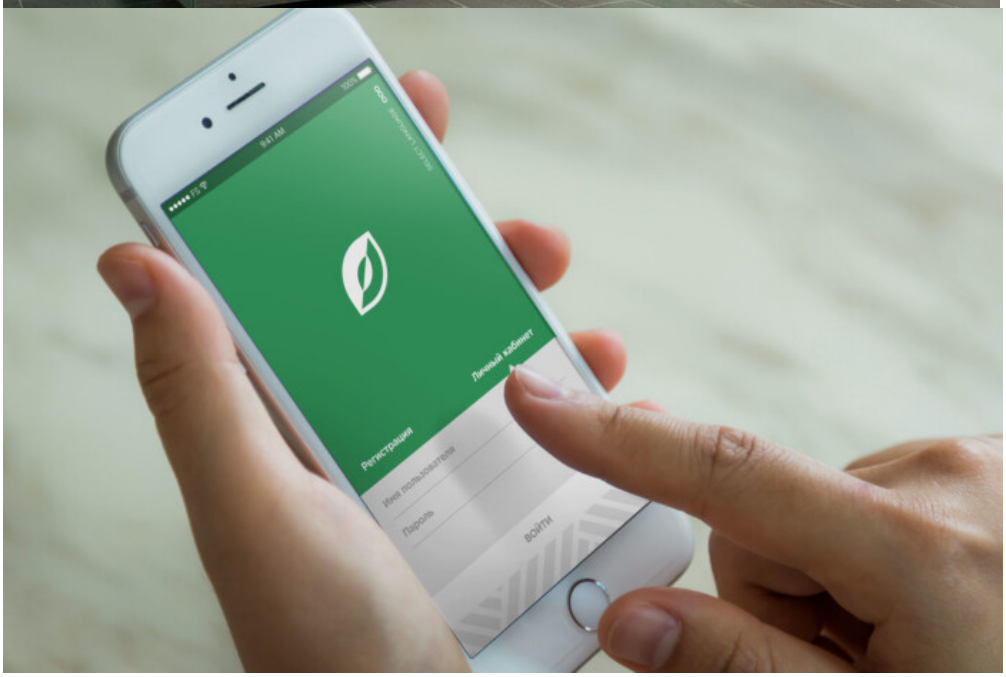
Когда система была разработана, мы приступили непосредственно к оформлению терминалов. Было принято решение производить их из тёмного дерева холодного оттенка в сочетании с сочным зелёным, чтобы подчеркнуть экологичность и создать своеобразный фермерский уголок, который органично впишется в любой интерьер.

Большинство постоматов обклеиваются плёнкой. Это выглядит дёшево. Мы предложили другой формат нанесения — глянцевые таблички, которые прочно крепятся на болты. Мы проработали разные модификации терминалов. Все элементы сочетаются в любом варианте и размере, что позволяет менять конфигурацию блоков-ячеек без потери смысла.

Продукты

Fresh Shelf
Fresh Shelf





Задание по кейсу. Используя данные кейса приведите пример разработки визуального образа бренда. Бренд выбирается студентом самостоятельно.

Кейс-задание 6: Разработка бренда отечественного вина «Свиристель»

Российский производитель вина - Группа компаний «Легенда Крыма» - совместно с Высшей Школой Брендинга представил бренд отечественного вина для сегмента масс-маркет. О том, как магистранты ВШБ разработали и вывели на рынок новую торговую марку - в материале Sostav.

Винный производитель, импортер, дистрибьютор и ритейлер ГК «Легенда Крыма» работает на рынке более чем 20. В его портфеле - более 300 Га собственных виноградников в Крыму, собственная ТМ «Легенда

Крыма», розничная сеть магазинов «Страна Вина». Ежегодно входит в ТОП-10 импортеров тихих вин и ТОП-5 импортеров игристых вин. В планах на ближайшие 3 года — постройка в Крыму современного винного предприятия полного цикла.

Продукт

Продукт, для которого магистранты Высшей Школы Брендинга должны были разработать стратегию и дизайн – это тихое качественное вино на каждый день, произведенное на современном заводе в Тамани (Россия). Ценовой сегмент — 230 руб. на полке. Название «Свиристель» было изначально придумано заказчиком.

Конкуренты

Изучение конкурентной среды – важный этап создания бренда. Проектная группа Высшей Школы Брендинга выработала общую методологию, которая заключалась в анализе полок в ключевых торговых сетях, в последующем определении основных конкурентов, анализе каждого на основе дизайна этикетки и коммуникаций бренда.

Критерии по отбору конкурентов строились на основе цены, географии производства (Россия, Крым), доступности в большинстве сетей, а главное с учетом существующего позиционирования. В связи со сложившейся ситуацией в стране к моменту запуска разрабатываемого бренда, вина иностранного производства не будут иметь возможности конкурировать по ценовому признаку.

Итак, к конкурентам были отнесены следующие бренды: Fanagoria NR, Винникoff, Крымский погребок, Легенда Крыма, Satera, Кубань вино, Арбатское, Душа Монаха, Ласковые сети, Исповедь грешницы, Геленджик, Inkerman, Русский Азов — Меотида, AZOV, Солнечная долина, Даманские вина.

Карта позиционирования



Арбатское Вино — ностальгия по советским временам
Душа монаха – русскость через православие, верность древним традициям
Ласковые сети – нежность, любовь и чувственность
Исповедь грешницы – вино, словно ночная фея

Выводы

Проанализировав обещания брендов конкурентов, проектная группа выделила следующие ниши:

1) Ощущение ностальгии
2) Традиционность
3) География производства
4) Религиозность

Группа отметила, что никто из конкурентов не предложил современного прочтения русской, этнической темы в оформлении продукта.

Тенденции рынка

- Патриотические настроения населения
- Возможное разрешение на ТВ-рекламу
- Минимализм в упаковке вина
- Обучение покупателей критериям выбора вина на понятном языке.

Портрет потребителя

В процессе формирования портрета потребителя, проектная группа Высшей Школы Брендинга использовала комплексную методологию изучения целевой аудитории: анализ аналитической информации, экспертные интервью, моделирование по структурно-динамическому профайлингу, глубинные интервью…

По итогам этапа было выявлено ядро целевой аудитории (явный представитель) – это земная, простая женщина, с традиционными ценностями: семья, забота о близких, общение с подругами, любовь к Родине…

Ключевые модели потребления вина:

1. Все как у людей: «не стыдно на стол поставить»
2. Женские посиделки «посидеть с подругами, выпить вкусненького»

С какими трудностями сталкивается такой потребитель?

Сложность выбора среди большого количества предложений на полке, когда нет критериев по выбору вина. Потребитель хочет, чтобы вино было простым и понятным, «своим». Оно должно легко идентифицироваться на полке среди других позиций и обладать оригинальным вкусом. Для покупателя также важна близкая сердцу эстетика бренда.

Главный вывод в процессе изучения потребителя: в отечественной рознице нет качественного вина в низком ценовом сегменте до 230 руб., которое было бы стать своим, близким для душевных «посиделок с подругами».

Платформа бренда «Свиристель»

Суть бренда: вино для душевного общения.



Ценности бренда:

1. Единение, общность
2. Простота и понятность
3. Следование русским традициям
4. Современность

Метафора бренда: вино «Свиристель» — подружка-собеседница, три девицы под окном.



Стиль бренда: новое русское, народный промысел (глиняные свиристелки).

Видение будущего: бренд №1 в категории российское вино масс-маркет.





Ассортиментная линейка представлена винами: красное полусладкое, белое полусладкое, красное сухое, белое сухое, красное полусухое, белое полусухое.



Результаты

Самое приятное чувство, это когда результат своей работы можно увидеть на полках. Бренд вина «Свиристель», который был разработан к открытой защите проектов в Высшей Школе Брендинга, занял уверенную позицию в розничных сетях центрального федерального округа и в множестве регионов России. Эффективность проекта подтвердили значительные повторные продажи в первые две недели после выхода бренда на прилавок.

Не малую роль в успехе бренда, сыграли визуальные и вербальные атрибуты: заметная оригинальная лента на горлышке бутылки (значительная дифференциация на нижней полке), нарядный и «свой» характер графических элементов, а так же демократичный и образовательный текст описания продукта.

Задания к кейсу:

1. Как Вы оцениваете дизайн бутылки?
2. Что особенного в дизайне товара по сравнению с конкурентами?
3. Заметили бы Вы данный товар на полке?
4. Как Вы оцениваете стратегию маркетинговых коммуникаций с целевой аудиторией?
5. Охарактеризуйте целевую аудиторию продукта.

Кейс-задание 7: Брендинг

Брендинг для начинающих предпринимателей: ликбез и кейсы

Мы часто слышим слово “бренд”, но что это значит, чем отличается от компании/торговой марки и что дает предпринимателю? Для начала разберемся со значением понятий.

Бренд — комплекс представлений, ассоциаций и ценностных ориентиров в сознании потребителя.

Или:

Бренд — последовательный набор функциональных, эмоциональных, психологических и социальных обещаний целевому потребителю, которые яв-

ляются для него уникальными, значимыми и наилучшим образом отвечают его потребностям.

Брендинг — искусство поиска, уточнения смыслов и их переведения в точные образы для увеличения прибыли бизнеса.

Бренд-дизайн — проектная деятельность по созданию индивидуальной, визуальной среды бренда, отражающей основные ценностные и эмоциональные характеристики продукта или услуги в средствах коммуникации.

Зачем нужен брендинг

Многие соотносят термин “бренд” с крупными компаниями, а нужен ли брендинг начинающему предпринимателю?

— У меня очень маленькая компания, зачем мне беспокоиться о брендинге и дизайне? Это ведь не вопрос выживания. — Хороший брендинг помогает продать товар.

Ваш брендинг должен развиваться вместе с компанией, независимо от “возраста” бизнеса.

Брендинг выполняет 4 основные функции:

- увеличение узнаваемости;
- привлечение прибыли;
- повышение конкурентоспособности;
- коммуникация с потребителем (через визуальную составляющую).



Чем выше конкуренция, тем хитрее нужно показывать преимущества. Главное — не переусердствовать с информацией об уникальности товара. Потребитель может воспринять не более 5-ти призывов.

Помните, если человек не видит отличий одного продукта от другого, то он с легкостью переключится с одного производителя на другого, чтобы этого не происходило вам нужно выстроить уникальные черты своего бренда и эстетично их преподнести.

Как превратить компанию в бренд

Нужно понять, что представляет из себя ваша целевая аудитория. Из портрета потребителя формируются ценности и образы, которые должен нести бренд, чтобы стать успешным и востребованным.

Домохозяек цепляет один дизайн, для офисного планктона нужен совсем другой, для людей творческих профессий — третий. Всё зависит от восприятия, образа жизни, ментальных установок.

Чтобы привлечь целевую аудиторию современные компании рассказывают истории о потребителях через товары, освещая основные боли и потребности человека.

Бренд — это не логотип и не торговая марка. *В фундаменте бренда всегда лежит крутая идея, графические атрибуты лишь инструменты визуальной коммуникации с потребителем. Т.е. важно определить, какие ценности вы хотите донести до целевой аудитории, какие обещания вы даете клиентам и какими путями будете их выполнять.*

Торговая марка, упакованная в графический дизайн становится брендом в тот момент, когда помещается в сознание потребителя.

Существует 3 шага к созданию бренда:

- Изучаем целевую аудиторию (читать находим боль);
- Анализируем наш продукт/компанию/объект (отличия, недостатки, свойства, ценности);
- Строим бренд (используя доступные методы, подходы и концепции).

Разбор полетов

Есть такой бренд — Братья Чебурашкины. (Классное название, правда же?).

Брендинг тесно переплетен с неймингом. Ведь, не зря существует выражение: “Как корабль назовешь, так он и поплывет”. Создание образа о продукте/компании в голове потребителя начинается с названия и подкрепляется визуальными образами.

Компания занимается производством фермерских молочных продуктов.

Целевая аудитория бренда “Братья Чебурашкины” – это требовательные потребители, которым важно настоящее качество во всем – от продукта до дизайна.



Упаковка бренда «Братья Чебурашкины» получила золотую и серебряную награды на фестивале рекламы “Каннские львы”. Основатели компании, которые действительно носят такую фамилию, столкнулись с противодействием владельца прав на Чебурашку Григория Успенского. Важно было создать такую упаковку, которая не напоминала бы о герое мультфильма, но была бы узнаваемой. Для этого дизайнеры использовали стилизованные буквы старославянского алфавита. Образное решение выдвигает продукт вперёд даже в затяжной кризис.



Еще один запоминающейся молочный бренд — Молочная Культура.
Бренд пропагандирует технологию “бережной пастеризации” и делает ставку на стильную упаковку, которую не только приятно держать в руках, но можно запостить в инстаграм.


Молочная культура
МОЛОКО
500 г



Слоган:

Уникальная запатентованная упаковка с носиком. Пейте молоко, не только дома, но и на улице, в машине или офисе!

Это продукция для требовательных, но занятых людей, ведущих активный образ жизни, находящихся постоянно в движении. Потребитель покупает не просто молоко, а стиль жизни.

Изначально “Молочная культура” продвигалась только в соц. сетях. В 2015 году появились первые публикации у блогеров, в это же время компания попадает в рейтинг самых удачных российских брендов по версии Forbes, как новинок потребительских товаров.

Эти бренды нашли свой сегмент. Создали эффектный дизайн — визуальная составляющая обладает огромной властью над сознанием — 86% информации человек воспринимает через глаза. Обеспечивая стабильное качество, подкрепленное интересной идеей бренды получают возможность продавать свой продукт по более высокой цене, чем их конкуренты.

Бренд влияет на три аспекта:



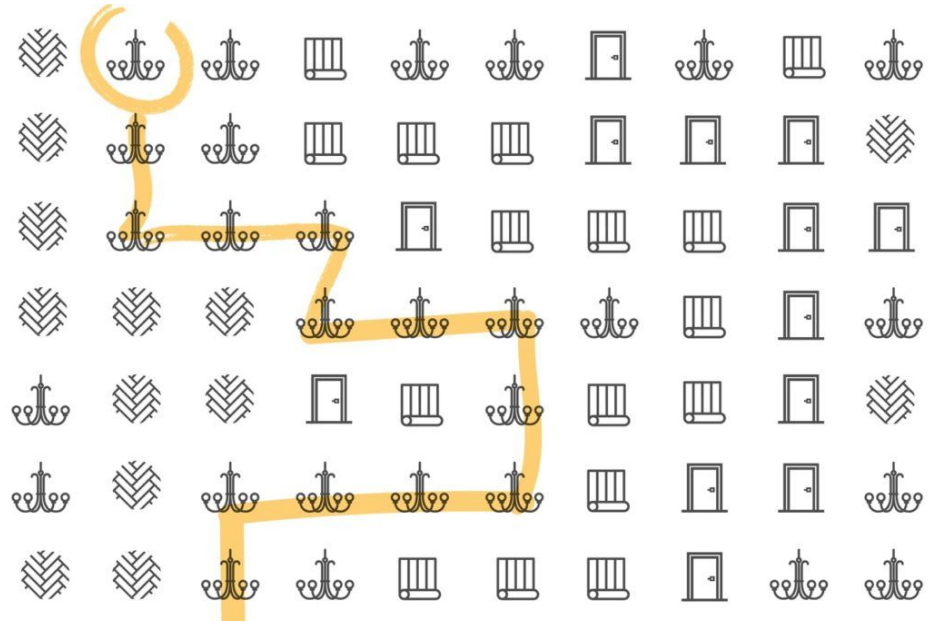
Бизнес — бренд должен генерить доход я владельцев бизнеса;
Люди — бренд должен вдохновлять людей на какие-то свершения, тогда они вступают в коммуникацию с брендом, становятся “адвокатами” бренда. Это позволяет увеличивать продажи и в то же время влиять на **общество** (любой бренд, который имеет значение в обществе становится успешным).

Примеры брендинга

Нейминг и брендинг сети магазинов Ramonta, специализирующихся на продаже товаров для интерьера и ремонта. Представили Ramonta как персонального стилиста, который помогает сформировать индивидуальный интерьер и привнести в дом уют.
В основе стиля — простая и легкая коммуникация, показывающая, что Ramonta заботится о каждом клиенте и помогает выбрать нужное среди огромного количества товаров.


Ramonta
Ramonta
Ramonta
Ramonta
Ramonta


ramontaбрапаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
дверилюстрыпаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
дверилюстрыпаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
Ramonta
Директор направления
Константин
Константинопольский
konstantinopolsky@ramonta.ru
8 (931) 308-33-33
г. Санкт-Петербург,
ул. Достоевского,
д. 19/21
8 (812) 670-25-85
ramontaбрапаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
дверилюстрыпаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот
дверилюстрыпаркетламинат
брасветильникиобоигвозди
дрелькирпичицементмолот



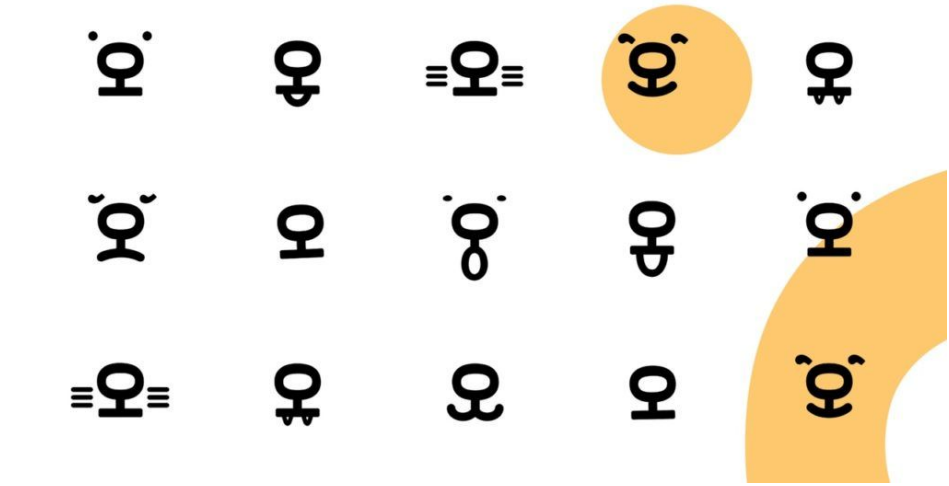


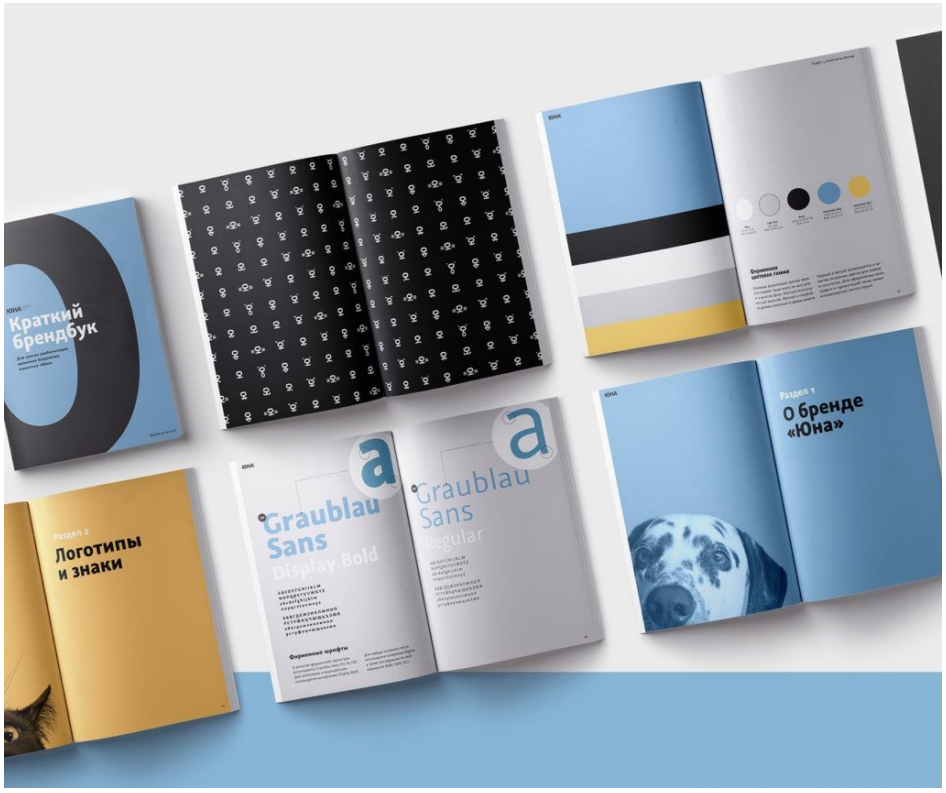
Брендинг для центра реабилитации животных.

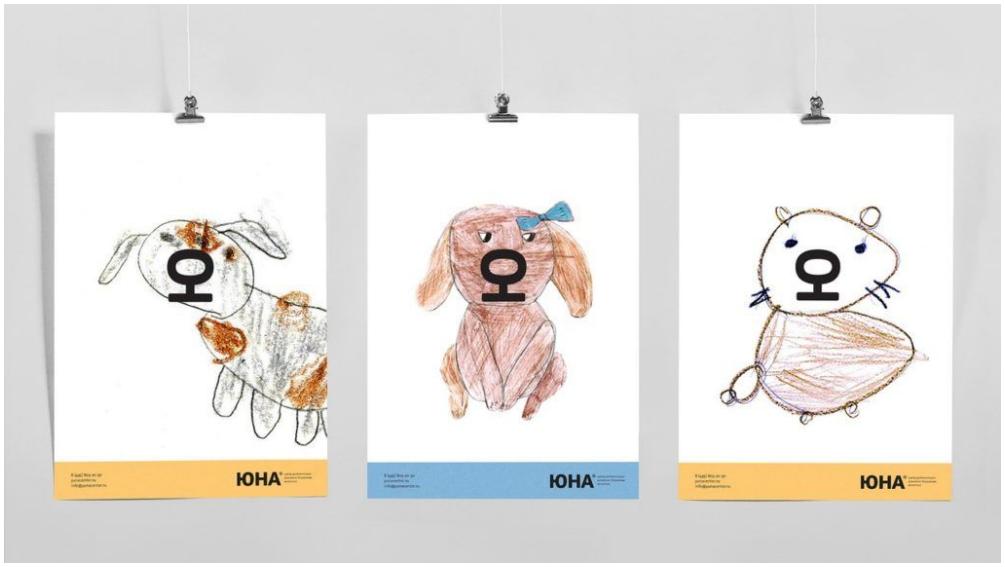
Юна — первый центр в России, где животным оказывают полный спектр услуг: от лечения и стерилизации до кинологической работы по адаптации к новым условиям жизни.








Краткий брендбук
Раздел 3
Логотипы и знаки
Graublau Sans
Display Bold
Graublau Sans
Regular
Раздел 1
О бренде «Юна»


ЮНА
ЮНА
ЮНА







Брендинг строительной компании.

Профессиональная строительная команда Orderum помогает открывать коммерческие объекты. Команда специализируется на внутренней от-

делке и монтаже инженерных сетей в магазинах в крупных торговых центрах.



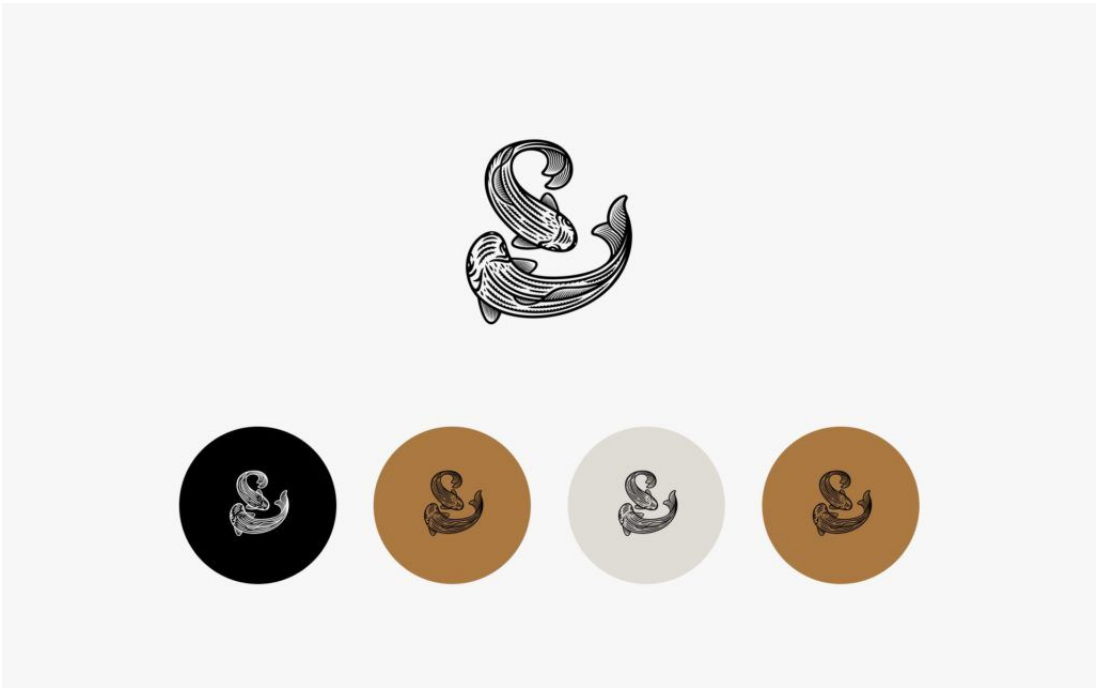


Брендинг для одного из крупнейших лесоперерабатывающих предприятий в России.





Брендинг для рыбного гастронома, который стал городской легендой и местом рыбной силы. Перед дизайнерами стояла задача нуля разработать бренд для розничной точки по продаже рыбы и морепродуктов.



Свежемороженая рыба

«Жила в море. Заморожена по правилам»
«Правильная обработка холодом — секрет свежести!»

Охлажденная рыба и морепродукты

«Охлаждена по правилам. ГОСТ нам судья!»
«Свежесть без компромиссов»

Копченая рыба

«Свежая рыба натурального копчения»

Соленая рыба

«Немного соли, и рыба становится деликатесом!»

Живая рыба и морепродукты

«Не каприз, а гарантия свежести и вкуса»

Икра

«Красное золото. Высшая проба»

море **близко!**

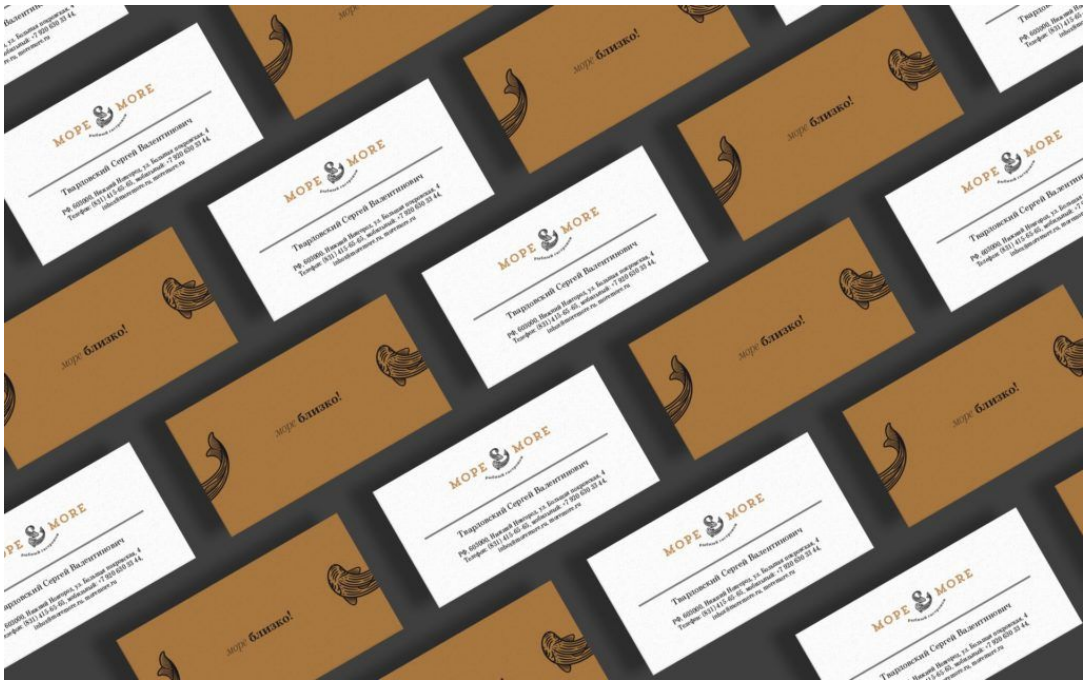
море **близко!**

море близко!

море
близко!

море
близко!


MOPE MORE
рыбный гастроном


MOPE MORE
море близко!



Задания к кейсу:

1. Из указанных примеров выделите основные элементы, формирующие бренд.
2. Какие особенности брендинга в зависимости от направления деятельности или специфики продукта. Какие элементы бренда указывают на особенность продукта?
3. Приведите свои примеры яркого брендинга специализированных компаний (продуктов).
4. Оформите в виде презентации.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Бренд-менеджмент» проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	**Шкала и критерии оценки, балл**
Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисципли-	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов **-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. **-70 и более (хорошо)–** ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лекси-

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
ны и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	ка. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. **-50 и более (удовлетворительно)–** ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. **-Менее 50 (неудовлетворительно)**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1-го типа

1. Приведите несколько определений, поясните термин: Бренд, Брендинг

2. Приведите несколько определений, поясните термин: История бренда, Легенда

3. Приведите несколько определений, поясните термин: Суббренд.

4. Приведите несколько определений, поясните термин: Торговая марка, товарный знак, Логотип

5. Приведите несколько определений, поясните термин: Слоган рекламный, Слоган бренда

6. Приведите несколько определений, поясните термин: Фирменный стиль, Элементы фирменного стиля

7. Приведите несколько определений, поясните термин: Обязательные элементы фирменного стиля: Логотип, торговая марка; Текстовый знак; Фирменные цвета (цветовая палитра); Фирменный шрифт; Визитная карточка; Фирменный бланк; Конверт.

8. Нейминг: разработка текстового названия для бренда; выборка альтернативных названий для бренда;

9. Бренд-имиджа торговой марки;

10. Визуальные составляющие бренда;

11. Персонаж бренда, имидж-герой;

12. Дизайн упаковки; дизайн рекламных материалов в структуре бренд-коммуникаций

13. Разработка бренда

14. Создание бренда

15. Аудит бренда

16. Оценка стоимости бренда

17. Архитектура бренда

18. Что относится к дополнительные элементы фирменного стиля и почему.

19. Что такое - Философия бренда

20. Приведите несколько определений, поясните термин: Символ

бренда

21. Перечислите основные классификационные признаки брендов.
22. Ценности бренда.
23. Идентичность бренда.
24. Индивидуальность бренда
25. Дифференциация понятий: бренд региона, региональный бренд

Задания 2-го типа

1. Приведите примеры торговых марок из одной товарной категории, выполняющие различные роли: стратегический бренд, запускающий бренд, «серебряная пуля», «дойная корова».
2. Приведите примеры пар торговых марок, принадлежащих одной компании (при этом разные пары могут принадлежать разным компаниям), иллюстрирующих типы соотношений: а) «поддерживающий бренд – основной бренд»; б) «родительский бренд – суббренды»; в) «основной бренд – его брендированная выгода».
3. В чем состоит кобрендинг (совместный брендинг), может ли существовать кобрендинг в пределах одной компании? Для каких целей используется кобрендинг и какие задачи способен решать?
4. Приведите примеры описания платформы и позиционирования для товарных брендов.
5. Что такое пирамида бренда и колесо бренда, из каких компонентов они состоят?
6. Приведите примеры представления пирамиды товарного бренда.
7. Что такое идентичность бренда, какой английский термин соответствует этому русскому термину?
8. В чем состоит различие стержневой и расширенной идентичности бренда в концепции Д. Аакера?
9. Как Вы понимаете высказывание: «Знак идентификации это инструмент брендинга»?
10. Как связана роль бренда в марочном портфеле с типом знака идентификации?
11. Приведите примеры словесных, изобразительных и комбинированных знаков идентификации бренда.
12. Каковы маркетинговые критерии сильного коммерческого названия? Можно ли распространить эти признаки на изобразительные знаки идентификации?
13. Приведите примеры названий брендов, различающихся по маркетинговой силе.
14. Каковы лингвистические критерии сильного коммерческого названия?
15. Каковы психолингвистические критерии сильного коммерческого названия? Можно ли распространить эти признаки на изобразительные знаки идентификации?
16. Приведите примеры названий брендов, различающихся по силе с учетом лингвистических и психолингвистических критериев.
17. Какие юридические критерии используются для оценки и выбора знаков идентификации?
18. В чем сущность понятия «охраноспособный товарный знак».
19. Какие другие критерии (с учетом развития новых медиа, тенденции глобализации) влияют на выбор знаков идентификации?
20. Приведите примеры товарных знаков, сходных до степени смеше-

ния: тривиальные и нетривиальные случаи.

21. В чем различие и сходство терминов: рестайлинг, ревиталайзинг, репозиционирование, ребрендинг? Приведите примеры рестайлинга бренда, репозиционирования бренда и ребрендинга.
22. В чем принципиальное отличие понятий «маркетинговые коммуникации» и «брендкоммуникации»?
23. Опишите матрицу бренд-коммуникационного планирования и приведите пример ее использования.
24. Каким образом бренды способствуют капитализации и увеличению стоимости компании?
25. Можно ли рассматривать создание бренда как инвестиционный проект? Приведите обоснование своего решения.

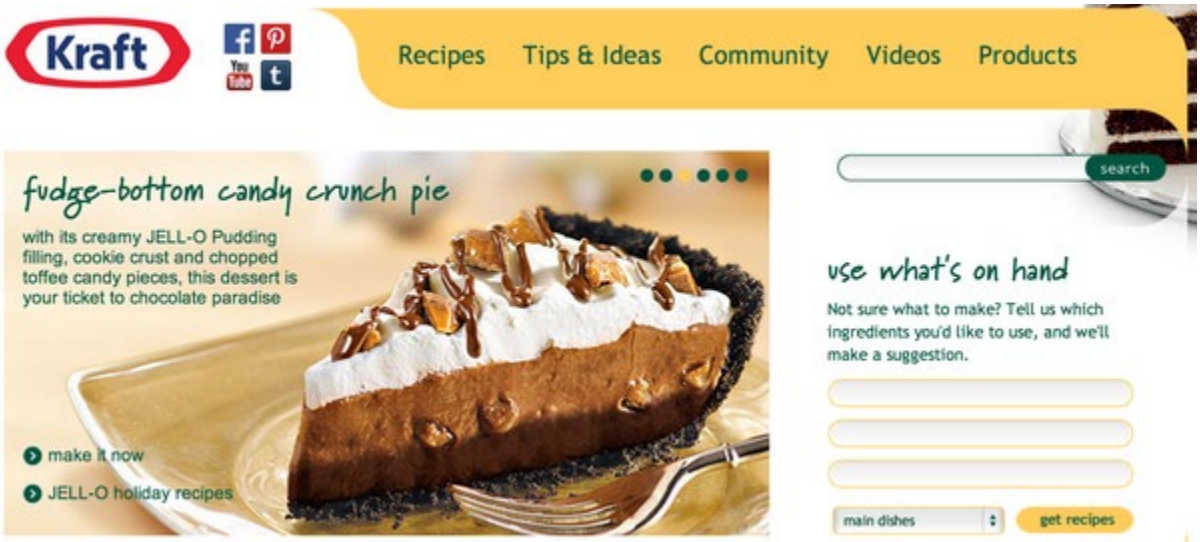
Задания 3-го типа

Опишите принцип распространения брендовых имен на товары компании (компания указана в задании):

a. Дайте общую характеристику используемого подхода: дает ли компания всем производимым товарам (услугам) единое имя, или же отдельное название для определенной группы товаров (каков масштаб этих групп?), или же каждый товар получает отдельное имя? Используется ли имя компании наряду с названием более узкой группы товаров? Поясните, какие выгоды несет такой подход конкретной компании, изучаемой вами.
b. Опишите политику компании в сфере совместного брендинга, продажи товаров под частными марками розничных сетей, брендирования выгод, а также, возможно, иные приемы, используемые компанией для повышения ценности ее товаров для потребителей. Поясните, какие выгоды несет такой подход компании.

Задание 1. Компания «**Kraft Foods**»

Компания была основана в 1903 году Джеймсом Крафтом. Первое название — J.L. Kraft & Bros. В настоящее время — вторая по величине корпорация по выпуску упакованных пищевых продуктов. Продает продукцию в 155 странах мира, занимая около 35% глобального рынка плавленых сырков. Но как это касается нас? Непосредственно, ведь каждый день мы видим продукты Kraft Foods на прилавках. В России компания продает следующие марки: Milka, Воздушный, Toblerone, Alpen Gold, Cote d'Or, Чудный вечер, Carte Noire, Jacobs, Maxwell House, Estrella.



В 2008 году в Китае разгорелся «меламиновый скандал», связанный с продукцией Cadbury (компания в составе Kraft Foods). В молочных продуктах, производимых на заводе в Пекине, были обнаружены следы меламина. Из-за этого случая 54 тысячи китайских детей тяжело заболели, а четверо из них — скончались. Разразился скандал, было проведено множество проверок, в результате которых некоторые марки продукции были отозваны с производства.

Задание 2. Компания **Nestlé S.A.**

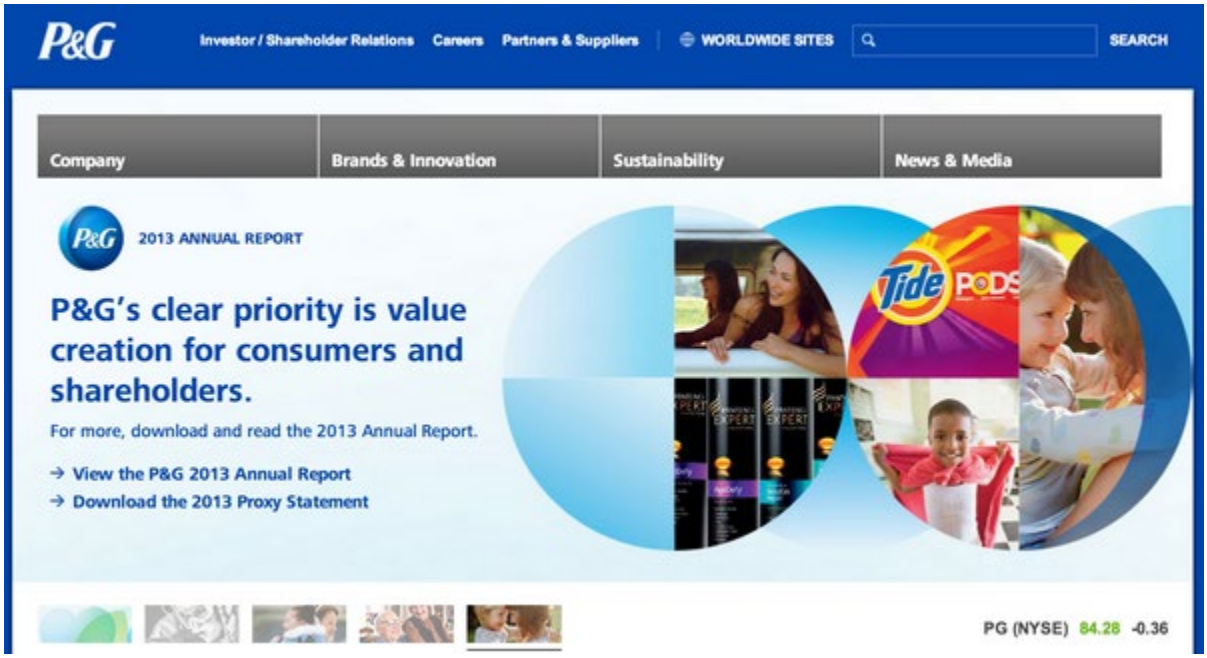
Полное название — *Стратегическое объединение Nestlé*. Была основана в 1866 году фармацевтом из Швейцарии Анри Нестле. Главный мировой производитель продуктов питания (еще производит корма для животных, косметику и фармацевтическую продукцию). Компания может похвастаться одним из самых больших годовых оборотов — 67, 8 млрд. евро (данные за 2011 год). Вот полный список торговых марок от Nestle, которые можно найти в любом российском магазине: Nescafé, КитКат, Nesquik, Экстрем, Россия — щедрая душа, Бон Пари, Nuts, Золотая марка, Maggi, Perrier, Friskies, Felix, Purina ONE, Gourmet, Дарлинг.



Не обошлось и без скандалов. В 70-х и 80-х годах XX века корпорацию жестко критиковали за политику сбыта детского питания в странах третьего мира. Суть была в том, что персонал Nestle под видом гуманитарной помощи раздавал детские питательные смеси, использование которых при одновременном прекращении кормления грудью лишало матерей молока. Соответственно, матери в развивающихся странах «плотно подсаживались» на дорогую продукцию Nestle. Из невозможности прочитать и перевести инструкцию к смесям (все надписи на упаковках были на английском), и ограниченного доступа к питьевым источникам, многие матери разводили питание в грязной воде, что увеличило смертность младенцев. Результат — многочисленные акции протеста, и международная кампания «Бойкот Nestle», которая действует по сей день.

Задание 3. Компания **Procter & Gamble**

Лидер мирового рынка потребительских товаров и крупнейший в мире рекламодатель — затраты на рекламу которого превышают 8 млрд. долларов в год. Компания основана в далеком 1837 году мыловаром Джеймсом Гэмблом и свечником Уильямом Проктером.



Бренд контролирует огромную долю мирового рынка, производя такие товары, как Fairy, Tide, Ariel, «Миф», Ace, Mr. Clean, Lenor, Comet, Fairy Oxi, Mr. Proper, Dreft, Pampers, Always, Alldays, Tampax, Discreet, Naturella, средства для ухода за волосами Wash & Go, Head & Shoulders, Pantene, Shamtu, Herbal Essense, Wella, Londa, средства для ухода за телом и парфюмерию Camay, Safeguard, Secret, Old Spice, Olay, Hugo Boss, Dolce&Gabbana, Gucci, Mexx, Baldessarini, Blend-a-Med, Oral-B, Crest, косметику Cover Girl, Max Factor, бритвы Gillette, Venus, батарейки Duracell, бытовую технику Braun, кофе Folgers, соки, корма для животных Iams, Eukanuba — и это еще не все.

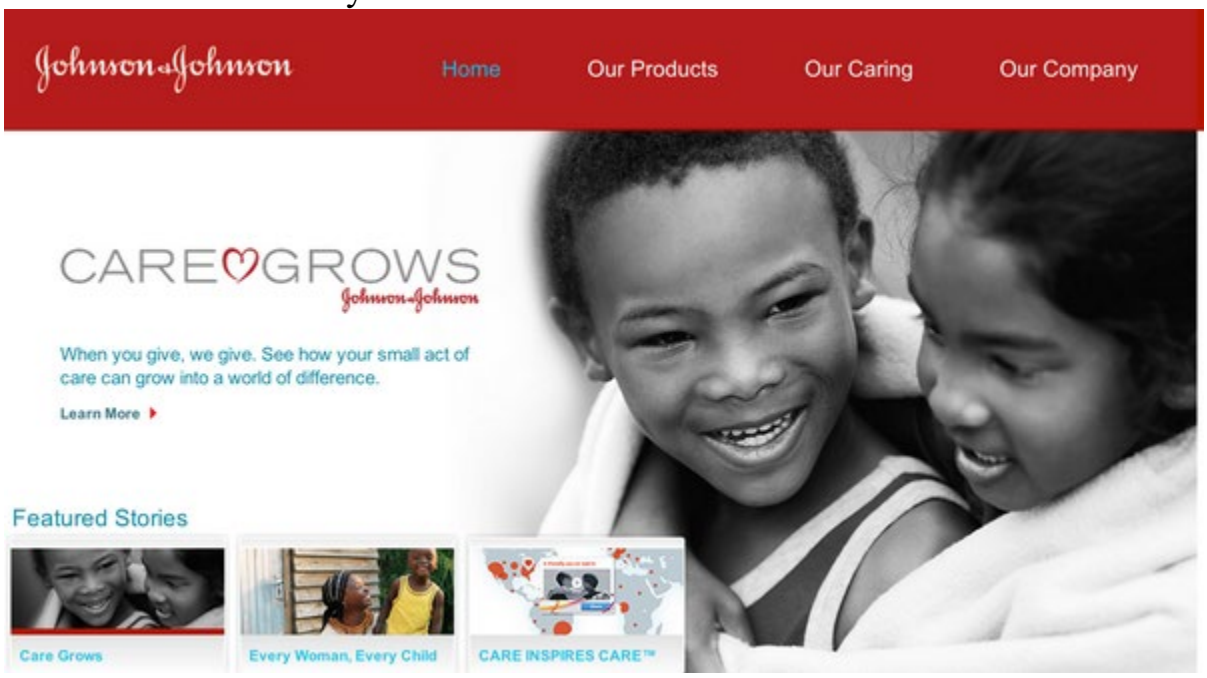
Но, конечно же, и такой гигант не смог обойтись без громких просчетов. По вине индонезийских корпораций, пытавшихся удовлетворить спрос Procter & Gamble, активно сжигались леса и осушались болота под пальмовые плантации. Пальмовое масло — один из компонентов косметики. Активисты Greenpeace обвинили Procter & Gamble в таких разрушительных для природы действиях. Но это не самый крупный грех на душе колосса.

В 2007 году произошел более страшный случай. Около 2200 собак и 1950 кошек погибли в США по причине отказа почек. Причина — все тот же меламин, использовавшийся компанией Menu Foods Inc. при изготовлении кормов для сотни брендов (среди них Procter & Gamble). В оправдание бренда можно лишь сказать, что корпорация первая установила причину отравления, провела расследование и опубликовала токсикологическую экспертизу.

В некоторых странах проводится ежегодная акция протеста «Stop Animal Exploitation Now», критикующая практику Procter & Gamble — тестирование продукции на животных.

Задание 4. Компания **Johnson&Johnson**

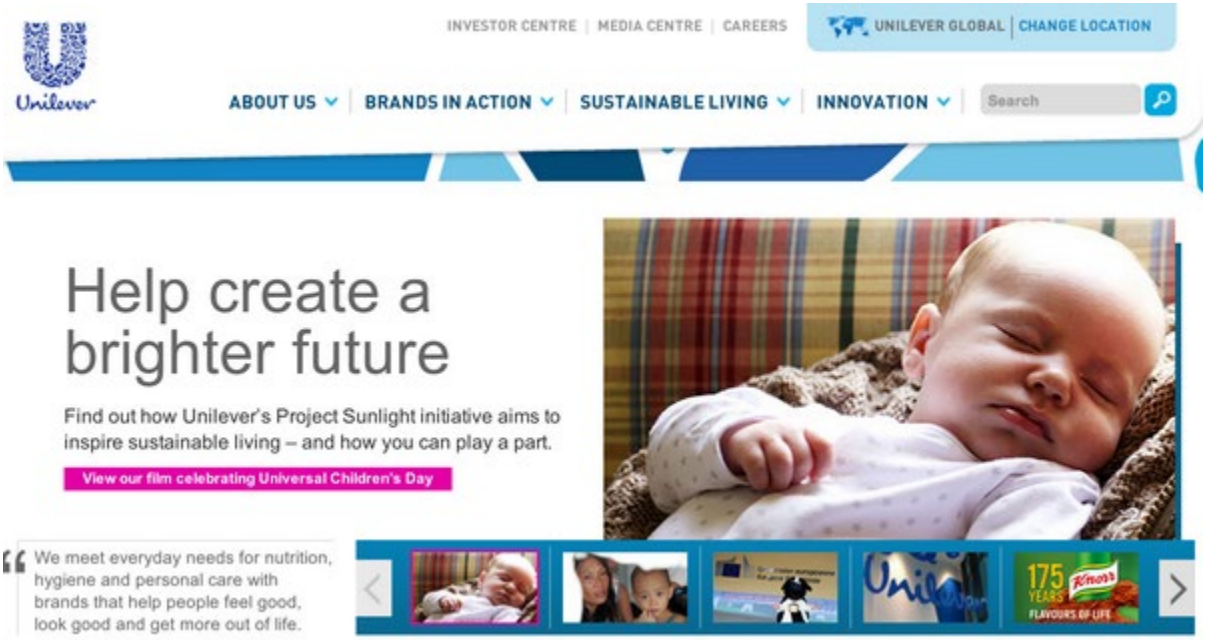
Производит косметику, санитарно-гигиенические товары, медицинское оборудование. Была основана в 1886 году тремя братьями: Робертом Вудом Джонсоном, Джеймсом Вудом Джонсоном и Эдвардом Мидом Джонсоном. В составе корпорации — более 230 дочерних компаний (т.н «Семья Джонсонов»), а самый известный бренд — линейка детской косметики Johnson's baby.



В начале 80-х разразился скандал, связанный с отравлением. Компания стала объектом шантажа неизвестного убийцы, добавлявшего в упаковки с лекарством «тайленол» цианистый калий. Отравитель не найден до сих пор.

Задание 5. Компания **Unilever**

Один из ведущих производителей бытовой химии, продуктов питания и парфюмерии. Компания была основана в 1930 слиянием нидерландской Margarine Unie и британской Lever Brothers. Владеет огромным количеством торговых марок, многие из которых известны в России.



Пищевая продукция: Lipton, Brooke Bond, Беседа, Crème , Bonjour, Rama, Пышка, Bertoll, iKnorr, Hellmann, Балтимор, Pomo d'Oro, Восточный Гурман, Инмарко.

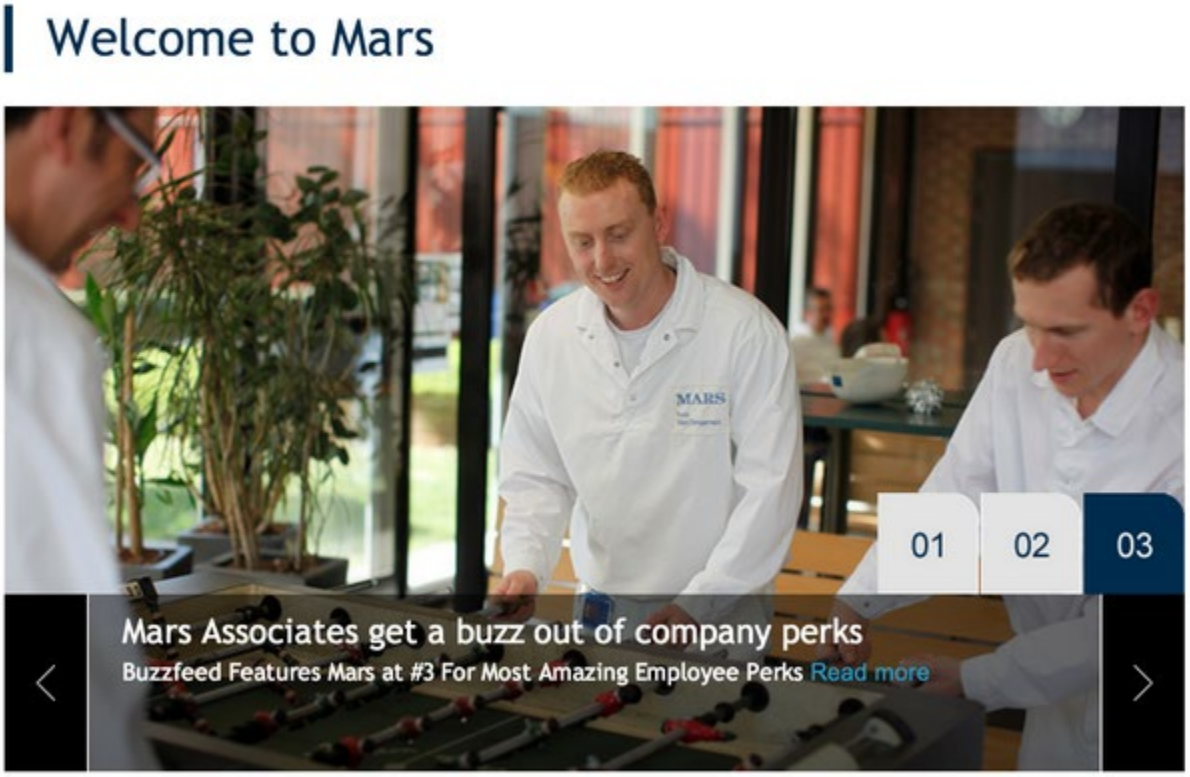
Бытовая химия и личная гигиена: Концерн «Калина», Dove, Rexona, Axe, Timotei, Domestos, Glorix, OMO, Clear Vita ABE, Cif, Sunsilk, Sunlight, TIGI.

Мороженое: Инмарко, Золотой стандарт, Фишка, Загадка, Магнат, Экzo, Долька, Algida, Cornetto Enigma, Carte d'or, Фифти-фифти, Торжество.

В 2011 году на корпорацию был наложен штраф европейским антимонопольным ведомством в размере 104 миллионов евро за ценовой сговор на стиральные порошки с Procter & Gamble.

Задание 6. Компания **Mars, Incorporated**

История транснациональной корпорации началась на кухне скромного домика в Такоме, штат Вашингтон, где Фрэнк Марс вместе с женой вручную делал домашние конфеты, продавая их всем желающим. Семейный бизнес приносил хороший доход, и в 1911 году была зарегистрирована компания под названием Mars Candy Factory, Inc.

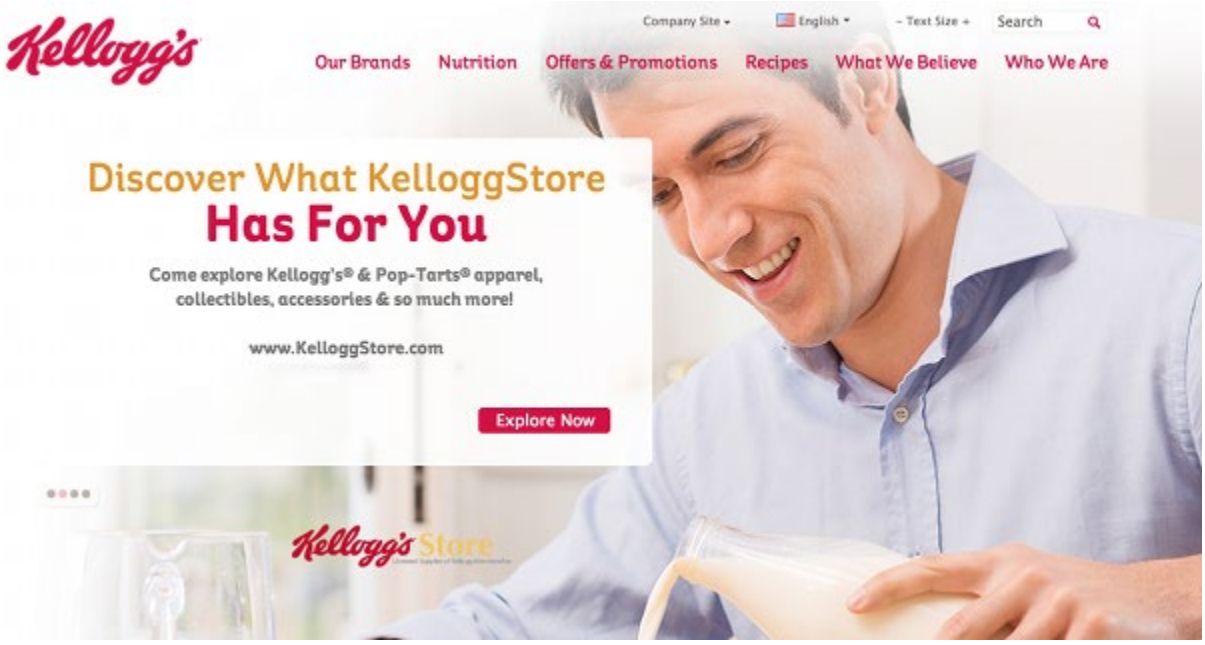


Как вы уже поняли, с продукцией Mars каждый из нас сталкивается ежедневно. В России производятся следующие товары: M&M's, Snickers, Mars, Dove, Milky Way, Skittles, Twix, Bounty, Celebrations, Starburst (конфеты), Rondo, Tunes, Pedigree, Whiskas, Kitekat, Chappi, Sheba, Cesar, Perfect Fit, Royal Canin, Uncle Ben's, Dolmio, Juicy Fruit, Spearmint, шоколадные конфеты А.Коркунов и Buckwood.

В настоящее время Mars — семейная корпорация, не выносящая сор из своей избы. Про личную жизнь владельцев бизнеса не известно практически ничего. Доли владения распределены между внуками Фрэнка Марса (Джоном, Эдвардом и Жаклин Марс). В крупных скандалах корпорация, на удивление, замечена не была.

Задание 7. Компания **Kellogg's**

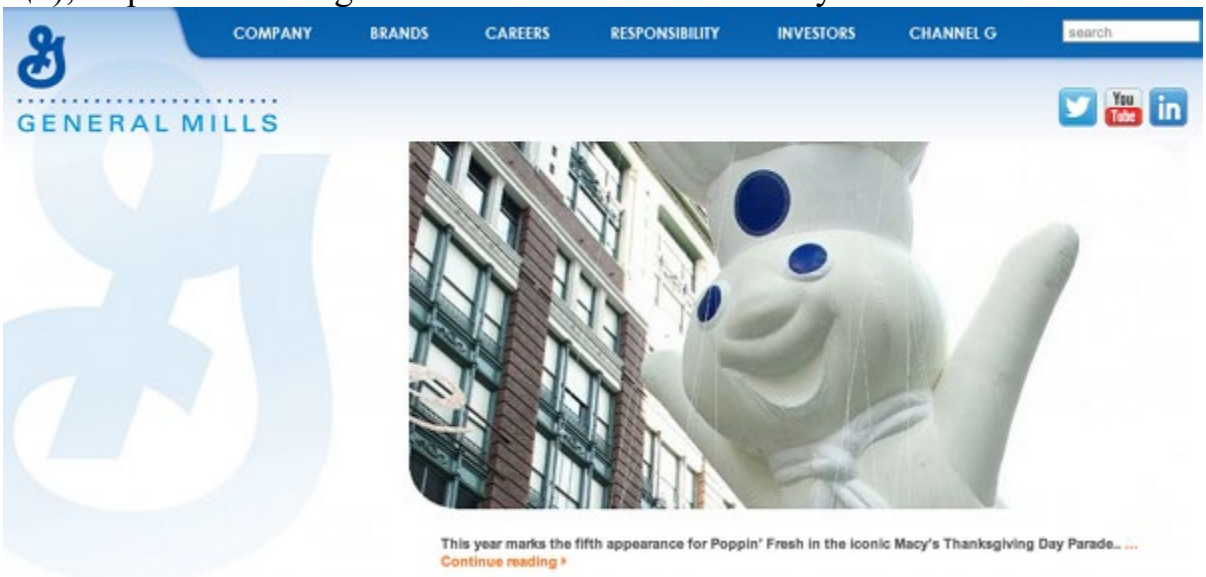
Один из крупнейших производителей сухих завтраков и продуктов быстрого приготовления. Компания была основана в 1906 году Уильямом Кейтом Келлогом, и занималась производством кукурузных хлопьев. Первое название — Battle Creek Toasted Corn Flake Company. Спустя более чем сто лет компания не отошла от первичного курса, и до сих пор занимается производством продуктов быстрого приготовления. Торговые марки Kellogg's мало известны в России. Например: Kellogg's, Keebler, Cheez-It, Murray, Austin, Famous Amos. Слышали о таком?



Недавно в США поднялась шумиха по поводу нового товара от Kellogg's — «Коко Рокс», или «Шоколадные камушки». Оказалось, что на уличном слэнге «Коко Рокс» означает смесь коричневого крэка (дешевого кокаина) с шоколадом. Одному богу известно, для каких целей нужна подобная смесь, но это вызвало большой общественный резонанс. Руководство компании смутилось и признало, что продукт следует переименовать.

Задание 8. Компания **General Mills, Inc.**

Одна из крупнейших мировых корпораций. Занимается производством продуктов питания, игрушек, одежды и владеет обширной сетью ресторанов. Была основана конгрессменом Робертом Смитом в 1856 году под названием Minneapolis Milling Company. Компания владеет более чем сотней известных брендов, но на российском рынке она представлена только такими марками, как «Зеленый великан» (консервированные овощи), мороженое Häagen-Daz и мюсли Nature Valley.



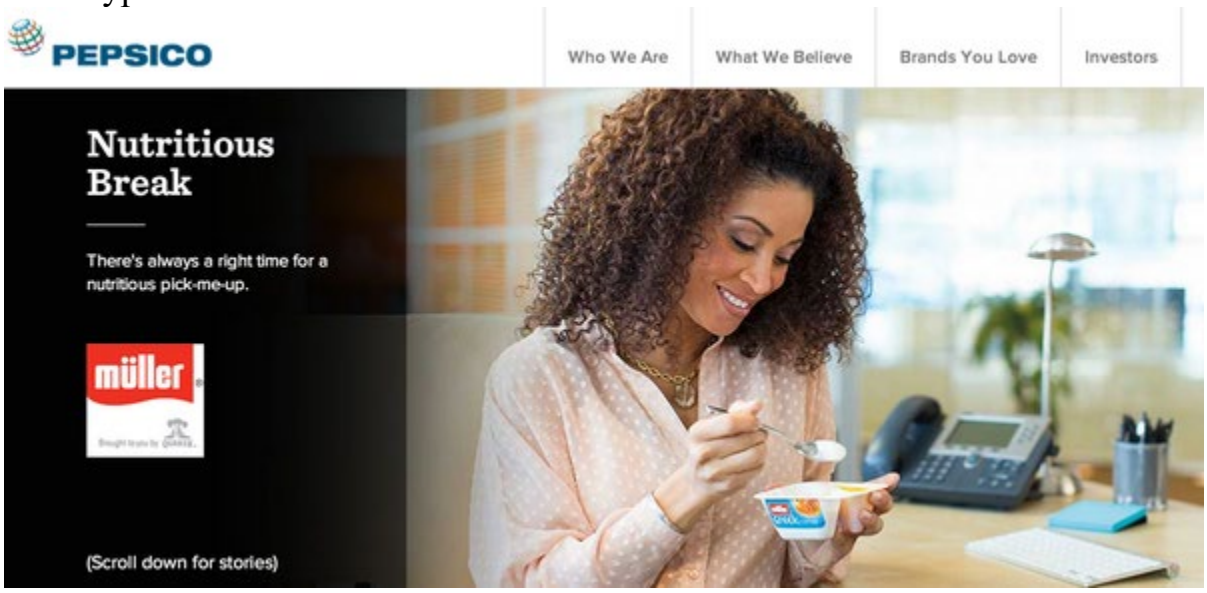
В 2012 году правозащитники обвинили McDonald's, General Mills, Viacom и Turner в нарушении закона о защите частной жизни. Оказалось, что на

сайтах этих компаний собиралась частная информация от детей младше 13 лет, обрабатывалась и использовалась в целях повышения прибыли, что противоречит законодательству США.

Задание 9. Компания **PepsiCo**

Формально корпорация основана не так давно, в 1965 году, путем слияния компаний The Pepsi Cola Company и Frito Lay. Выпускает напитки, закуски, продукты питания — да вы и сами знаете, чем занимается Pepsi, не так ли?

В России корпорация представлена следующими марками: Pepsi, 7up, Mountain Dew, Mirinda, Aqua Minerale, Русский Дар, Я, J-7, Тонус, Фруктовый Сад, Tropicana, Frustyle, Lay's, Cheetos, Xpycteam, Adrenaline Rush, Домик в деревне, Агуша, Bio Max, Имунеле, Здрайверы, Веселый Молочник, Чудо, Чудо-Ягода, Ессентуки, Ламбер, 100% Gold, Родники России, Любимый сад, Фругурт, 33 коровы, Профилакт 120\80, Гранфор, Кубанская буренка.

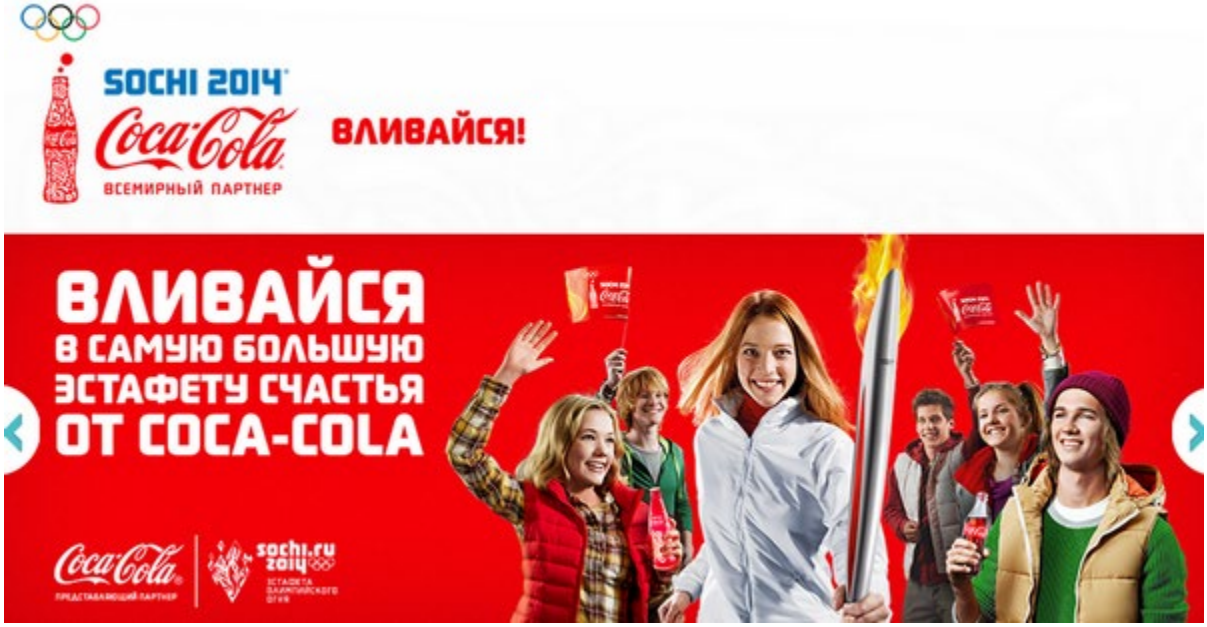


Проще говоря, товары PepsiCo везде, и без них, к сожалению, уже немыслима повседневная жизнь.

Задание 10. Компания **Coca-Cola**

Крупнейший в мире производитель сиропов, концентратов и безалкогольных напитков. Одна из самых крупных компаний в США. Продает свои товары более чем в 200 странах. В России представлена следующими торговыми марками: Coca-Cola, Coca-Cola Light,

Fanta Sprite, Powerade, Буратино, Nestea, Кружка и бочка, Schweppes, Добрый, Pulpy, Rich, Rich Frut Mix, BonAqua, BonAqua Viva, Burn, Gladiator.



В 2007 году среди рабочих завода Coca-Cola в Санкт-Петербурге вспыхнула забастовка. По заявлениям организаторов, ее причина — низкие зарплаты на российских заводах корпорации.