

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Анализ и проектирование бизнес-процессов»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом технических наук, старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга Л.Е. Копыловой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Анализ и проектирование бизнес-процессов»** относится к вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и менеджмента.

Цель дисциплины – формирование дать систематизированных знаний, навыков и умений в области разработки и проектирования бизнес-процессов и сформировать системное представление о поведении на всех стадиях проектирования бизнес-процессов – от появления проблемы до воплощения ее решения в жизнь.

Задачи дисциплины:

- формирование у обучающихся системных знаний в области техник бизнес-анализа;
- ознакомление студентов с инструментальными средствами моделирования бизнес-процессов;
- формирование у студентов навыков составления описания организационной структуры предприятия и бизнес-систем.

Дисциплина **«Анализ и проектирование бизнес-процессов»** преподается в 7 (очная форма обучения) и 9 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: Организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.4. Умеет оценивать эффективность бизнес-процессов и проектов	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-

(команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.1. Знает методологию процессного управления ПК-5.4. Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов хозяйствующих субъектов ПК-5.6. Умеет выявлять потенциальные точки развития хозяйствующих субъектов в рамках реализации кросс-функциональных процессов или проектов ПК-5.7. Владеет навыком разработки контрольных точек, позволяющих оценивать степень эффективности проекта или процесса ПК-5.8. Владеет навыками оформления результатов анализа функциональных процессов и проектов ПК-5.9. Владеет навыками разработки регламентирующей документации для функциональных процессов и проектов	функционального процесса организации или административного регламента организации.
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический				
Владение	Аналитические	ПК-8. Способен	ПК-8.3. Владеет навыками	Профессиональные компетенции

современными цифровыми технологиями в контексте управленческой деятельности; Экономический и стратегический анализ для построения прогнозов развития макро- и микросреды бизнеса; Принятие управленческих решений	центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 40. Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макро- уровнях в экспертно-аналитических организациях и службах	разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	проведения аналитических исследований хозяйственной деятельности организации	определяются Организацией на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- понятийную базу теории бизнес-процессов;
- методы и инструменты бизнес-инжиниринга процессов;
- методы анализа, оптимизации процессов;

Уметь:

- анализировать различные методы управления, эффективность управленческой деятельности, причины, затрудняющие процесс управления;
- проектировать управленческие решения;
- использовать методы и технологии проектирования бизнес-процессов;
- находить оптимальные решения нестандартных задач управления;

Владеть:

- навыками поиска и критической оценки информации, необходимой для анализа бизнес-процессов;
- навыками организации проектирования бизнес-процессов, планирования и контроля их реализации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60	45
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,33	84	63
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Функциональный и процессный подходы к управлению организацией	22	8	2	-	12
2.	Раздел 2. Теоретические основы управления процессами.	43	12	7	-	24
3.	Раздел 3. Процесс и его компоненты	43	12	7	-	24
	ИТОГО	108	32	16	-	60
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Функциональный и процессный подходы к управлению организацией	26	4	2		20
2.	Раздел 2. Теоретические основы управления процессами.	41	6	3		32
3.	Раздел 3. Процесс и его компоненты	41	6	3		32
	ИТОГО	108	16	8	-	84
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Функциональный и процессный подходы к управлению организацией.

Эволюция бизнеса. Система научной организации труда Тейлора. Анри Файоль как автор первой законченной концепции менеджмента. Сходства и различия теории Тейлора и Файоля. Организация как группа работников и необходимых средств с распределением ответственности, полномочий и взаимоотношений.

Организация как социальная технико-экономическая система. Функциональный управление и функционально-ориентированная организация. Классическая функционально-ориентированная организации. Достоинства и недостатки. Особенности функционально-ориентированной организации. Необходимость новых подходов в организации деятельности предприятия. Новый взгляд на организацию деятельности – процессно-ориентированный.

Понятие процесса. Процессный подход и процессно-ориентированная организация. Соотношение функционального и процессного подходов. Отражение процессного подхода в международных стандартах. Системы менеджмента.

Раздел 2. Теоретические основы управления процессами.

Бизнес-процесс. Цикл управления процессами. Цикл Шухарта-Деминга. Ф. Тейлор и его трехфазный цикл управления. Формулировка целей и задач, выявление ключевых параметров для достижения успеха, планирование совершенствования, выбор проекта и создание команды.

Обучение и тренировка, внедрение. Измерение улучшений, оценка эффективности, анализ и пересмотр проектов. Корректировка внедрения, непрерывность совершенствования, стандартизация, изучение потребителей, бенчмаркинг.

Проектирование процессов. Реализация процессов. Контроллинг процессов. Процесс стратегического планирования развития компании. Рассмотрение организации как системы. Системный анализ. Понятие системы. Свойства системы. Понятие системного подхода. Механистический подход. Системный подход.

Организационная система как процесс постоянных преобразований, связанных с непрерывной сменой состояний равновесия. Активное использование внешней среды как обязательное условие обеспечения сохранности организационной системы.

Свойства организации как системы. Системный анализ. Основные этапы системного анализа. Формулировка основных целей и задач исследования. Определение границ системы, отделение ее от внешней среды. Составление списка элементов системы (подсистем, факторов, переменных и т.д.). Выявление сути целостности системы. Анализ взаимосвязей элементов системы. Построение структуры системы. Установление функций системы и ее подсистем. Согласование целей системы и ее подсистем. Уточнение границ системы и каждой подсистемы. Системный подход к организации. Взаимосвязи между процессами системы. Непрерывное совершенствование системы посредством измерения и оценки.

Распределение ролей и ответственности при достижении общих стратегических целей. Структурный анализ. Структура системы и ее свойства. Основные идеи структурного анализа. Разбиение сложной системы на части. Связи между частями. Иерархическое представление сложной системы. Графическое представление сложных систем. Структурный объект и связь. Понятие детализации (декомпозиции). Детализация структурного объекта, уровни детализации.

Раздел 3. Процесс и его компоненты

Определения процесса. Бизнес-процесс как деятельность. Бизнес-процесс как создание продукта/услуги. Бизнес-процесс как формирование прибавочной и/или потребительной стоимости. Задание процесса как объекта управления.

Название (определение) процесса. Реализуемая функция или их последовательность. Участники процесса. Ответственное лицо – владелец процесса. Входные и выходные потоки, а также их поставщики (или потребители). Требуемые ресурсы (производственные, технические, материальные, информационные). Определяющая цель (цели) процесса. Метрики процесса, точки и процедуры мониторинга процесса. Возможные риски и влияния процесса на субъекты процесса.

Основные элементы процесса и его окружение. Определение владельца процесса. Критерии выбора владельца процесса. Определение цели процесса. Определение границ и интерфейсов. Определение входов и выходов процессов. Определение ресурсного окружения процесса. Документирование процесса как первый шаг к совершенствованию процессов. Определение метрик процесса, ключевых показателей его результативности. Расстановка контрольных точек для измерений. Мониторинг процесса. Классификация процессов. Основные процессы. Процессы управления. Процессы развития. Вспомогательные процессы.

Свойства бизнес-процесса. Показатели, характеризующие параметры процесса: результативность, определенность, управляемость, эффективность, повторяемость, гибкость. Определение метрики процесса. Методы определения цели процесса, целевая точка, текущее измерение процесса, результат усовершенствования процесса.

Эталонные и референтные модели. Международной бенчмаркинговой палаты Американского Центра производительности и качества. Эталонная модель оценки и аттестации процессов жизненного цикла программных средств и информационных систем по ИСО/МЭК ТО 15504. Анализ результатов в свете бизнес-потребностей организации для выявления сильных и слабых сторон процессов, а также присущих им рисков. Расстановка приоритетов при усовершенствовании процессов.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	
	Знать:				
1	– понятийную базу теории бизнес-процессов;	+			
2	– методы и инструменты бизнес-инжиниринга процессов;		+	+	
3	– методы анализа, оптимизации процессов.		+	+	
	Уметь:				
4	– анализировать различные методы управления, эффективность управленческой деятельности, причины, затрудняющие процесс управления;	+	+		
5	– проектировать управленческие решения;		+	+	
6	– использовать методы и технологии проектирования бизнес-процессов;		+	+	
7	– находить оптимальные решения нестандартных задач управления.		+	+	
	Владеть:				
8	– навыками поиска и критической оценки информации, необходимой для анализа бизнес	+	+		
9	– навыками организации проектирования бизнес-процессов, планирования и контроля их реализации.		+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
10	– ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	– ПК-4.4. Умеет оценивать эффективность бизнес-процессов и проектов		+	+
11	– ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.1. Знает методологию процессного управления		+	
		– ПК-5.4. Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов хозяйствующих субъектов		+	+

		– ПК-5.6. Умеет выявлять потенциальные точки развития хозяйствующих субъектов в рамках реализации кросс-функциональных процессов или проектов		+	+
		– ПК-5.7. Владеет навыком разработки контрольных точек, позволяющих оценивать степень эффективности проекта или процесса		+	+
		– ПК-5.8. Владеет навыками оформления результатов анализа функциональных процессов – и проектов	+	+	
		– ПК-5.9. Владеет навыками разработки регламентирующей документации для функциональных процессов и проектов	+	+	+
12	– ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	– ПК-8.3. Владеет навыками проведения аналитических исследований хозяйственной деятельности организации	+		+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Функциональный и процессный подходы к управлению организацией	Идентификация проблем и выработка новаторских идей, разработка вариантов; Описание потока событий нового бизнес-процесса.	2
2	Раздел 2. Теоретические основы управления процессами.	Построение внешней модели нового бизнеса; Построение объектной модели нового бизнеса.	7
3	Раздел 3. Процесс и его компоненты	Формирование новой организационной структуры; Измерение и оценка нового бизнес-процесса.	7

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Функциональный и процессный подходы к управлению организацией	Идентификация проблем и выработка новаторских идей, разработка вариантов;	2
2	Раздел 2. Теоретические основы управления процессами.	Построение объектной модели нового бизнеса;	3
3	Раздел 3. Процесс и его компоненты	Измерение и оценка нового бизнес-процесса	3

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;

- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 40 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 20 баллов), и оценки за *экзамен* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Выполнение реферативно-аналитической работы в рамках дисциплины не предусмотрено.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 20 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос. Проводится в форме устного опроса.

1. Моделирование бизнес-процессов верхнего уровня.
2. Подходы к моделированию бизнес-процессов.
3. Классификация бизнес-процессов.
4. Алгоритм построения модели бизнес-процессов.
5. Методика выделения бизнес-процессов верхнего уровня.
6. Политика описания бизнес-процессов.
7. Варианты развития бизнес-процессов организации.
8. Владелец бизнес-процесса, границы бизнес-процесса, зона ответственности.
9. Матрица ответственности бизнес-процесса.
10. Декомпозиция модели бизнес-процессов верхнего уровня.
11. Правила разработки классификатора функции.
12. Направления использования модели процессов верхнего уровня.
13. Детализированное моделирование бизнес-процессов.
14. Вопросы, которые интересуют пользователей при моделировании процессов.
15. Определение бизнес-процессов.
16. Последовательность моделирования бизнес-процесса.
17. Выбор фокуса, цели моделирования процесса, последовательность моделирования бизнес-процесса.
18. Декомпозиция, вложенные бизнес-процессы.
19. Описание потоков, оргструктура бизнес-процесса.
20. Основные недостатки применения структурного подхода к организации и управлению финансово- хозяйственной деятельностью.

21. Содержание процессного подхода к организации и управлению деятельностью предприятием.
 22. Определение бизнес-процесса.
 23. Методология описания бизнес-процессов.
 24. Понятие «сеть бизнес-процессов организации».
 25. Термины и определения процессного подхода к управлению. Процессный подход и современные системы управления организацией.
 26. Проблема внедрения процессного подхода.
 27. Причины неудач проектов моделирования и реорганизации бизнес-процессов.
 28. Цели построения системы процессов организации.
 29. Оптимизация бизнес-модели организации.
 30. Базовые принципы построения системы процессов.
 31. Методика построения системы бизнес-процессов.
 32. Типовые системы бизнес-процессов.
 33. Обеспечение эффективного межфункционального взаимодействия подразделений.
 34. Регламентация и стандартизация деятельности в виде процессов.
 35. Разработка системы показателей для управления процессами.
 36. Эффективное внедрение системы менеджмента качества.
 37. Создание основы для внедрения современных технологий управления.
- Создание базы знаний о деятельности организации.
38. Бизнес-процесс как поток работ.
 39. Теоретические основы построения схем потоков работ.
 40. Различные формы представления схем потоков работ.
 41. Простые схемы потоков работ. Простое сочетание схемы и таблицы для описания потоков работ.
 42. Совмещение схемы с таблицей для описания потоков работ.
 43. Схемы «свим-лайн» («плавательные дорожки») для описания потоков работ.
 44. Схемы «свим-лайн» с указанием времени для описания потоков работ.
 45. Постановка целей описания бизнес-процессов.
 46. Методика структуризации целей проекта с учетом существующих проблем.
 47. Выбор методологии описания бизнес-процессов организации.
 48. Методология «ускоренного» и «полного» описания бизнес-процессов.
 49. Сравнительный анализ подходов: преимущества и недостатки.
 50. Подготовка проекта описания бизнес-процессов.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос. Проводится в форме устного опроса.

1. Классификация методик анализа бизнес-процессов.
2. Качественный анализ бизнес-процессов
3. Количественный анализ бизнес-процессов.
4. Назначение функционально-стоимостного анализа.
5. Вычисление стоимостных затрат бизнес-процессов.
6. Технология функционально-стоимостного анализа бизнес-процессов.
7. Технология динамического анализа бизнес-процессов.
8. Критерии динамического анализа эффективности организации бизнес-процессов.
9. Инструментальные средства динамического анализа организации бизнес-процессов
10. Сценарии динамического анализа организации бизнес-процесса.
11. Основные концепции построения системы учета и контроля исполнения бизнес-процессов.

12. Совершенствование бизнес-процессов.
13. Инструменты совершенствования процессов
14. Этапы реинжиниринга бизнес-процессов: постановка проблемы и выделение базовых бизнес-процессов.
15. Обратный и прямой инжиниринг, реализация и внедрение проекта.
16. Участники проекта реинжиниринга бизнес-процессов: лидер проекта, регламентирующий комитет, методологический центр, команды реинжиниринга, менеджеры процессов.
17. Состав и функции команд реинжиниринга бизнес-процессов.
18. Методика формирования моделей бизнес-процессов верхнего уровня.
19. Методика проверки адекватности моделей бизнес-процессов.
20. Методика детального описания бизнес-процессов.
21. Методики анализа бизнес-процессов.
22. Анализ проблем процесса: выделение проблемных областей.
23. Диаграммы причинно-следственного анализа Исикавы (так называемые «рыбьи кости»).
24. Анализ системы управления процессами.
25. Анализ выполнения процессов.
26. Ранжирование процессов на основе субъективной оценки.
27. Анализ процессов по отношению к типовым требованиям.
28. Визуальный анализ графических схем процесса.
29. Измерение и анализ показателей процесса.
30. Этапы типового проекта моделирования и реорганизации бизнес-процесса организации.
31. Типы клиентов бизнес-процесса.
32. Общие показатели оценки эффективности бизнес-процессов.
33. Моделирование бизнес-процессов как эффективное средство поиска путей оптимизации деятельности компании.
34. Реинжиниринг бизнес-процессов.
35. Классы бизнес-процессов.
36. Этапы описания бизнес-процессов
37. Внутренние и внешние бизнес-процессы.
38. Основные принципы бизнес-процессов.
39. Качественные и количественные показатели бизнес-процессов.
40. Типы бизнес-процессов.
41. Типовая структура бизнес-процессов управления как стандартная цепочка управленческого цикла.
42. Бизнес-процессы управления.
43. Бизнес-процессы развития.
44. Дерево бизнес-процессов компании.
45. Основные этапы реинжиниринга.
46. Показатели эффективности бизнес-процессов.
47. Эволюционный реинжиниринг.
48. Революционный реинжиниринг.
49. Основные принципы реинжиниринга бизнес-процессов
50. Регламентация бизнес-процессов.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос. Проводится в форме устного опроса.

1. Важнейшие элементы системы стандартизации бизнес-процессов.
2. Процедура (методика) управления нормативно-методическими документами (НМД) внутреннего происхождения.

3. Автоматизация бизнес-процессов.
4. Процессы и закон Сарбэйнса-Оксли.
5. Зрелость бизнес-процессов.
6. Проблематика управления бизнес-процессами.
7. Выделение бизнес-процессов и назначение их владельцев.
8. Определение выходов и входов процесса, ресурсов бизнес-процесса.
9. Базовые принципы регламентации бизнес-процессов.
10. Регламентация бизнес-процессов на различных уровнях управления.
11. Методика регламентации бизнес-процессов.
12. Регламентация типовых бизнес-процессов организации.
13. Регламентация деятельности структурных подразделений.
14. Регламентация бизнес-процессов на операционном уровне.
15. Документы, регламентирующие поведение бизнес-процесса.
16. Показатели бизнес-процесса. Показатели продукта.
17. Показатели эффективности процесса.
18. Показатели (данные) удовлетворенности клиента.
19. Система показателей организации и методика ее разработки.
20. Диаграмма ключевых показателей KPI.
21. Управление бизнес-процессом. Общие положения. Управление процессом в штатной ситуации.
22. Информация о ходе бизнес-процесса и общие требования к ней.
23. Представление информации о ходе бизнес-процесса.
24. Документирование управления бизнес-процессом. Корректирующие и предупреждающие действия.
25. Особенности управления процессом «Управление организацией».
26. Принятие решения, основанного на фактах.
27. Проблемы, связанные с руководством бизнес-процессами.
28. Отличие улучшения и реинжиниринга бизнес-процессов.
29. РБП как средство повышения прибыльности и конкурентоспособности предприятий. Анализ «как есть» (на основе моделей) и выработка решения «как должно быть».
30. Переход от модели «как есть» к модели «как должно быть».
31. Методология РБП. Управление РБП на основе проектного менеджмента.
32. Функционально – стоимостной анализ (ФСА) и моделирование бизнес-процессов.
33. Цели и задачи стоимостного анализа функций.
34. Проведение общего анализа себестоимости бизнес-процессов на предприятии.
35. Проведение функционального анализа для установления и обоснования затрат структурных подразделений предприятия с целью обеспечения качества продукции и услуг.
36. Определение и анализ основных, дополнительных и ненужных затрат при реализации предлагаемой схемы бизнес-процессов.
37. Сравнительный анализ альтернатив снижения производственных затрат за счет упорядочения функций структурных подразделений предприятия.
38. Анализ интегрированного улучшения результатов деятельности предприятия.
39. Концепция описания деятельности предприятия как совокупности взаимосвязанных бизнес-процессов.
40. Принципы построения эффективной процессной системы управления предприятием.
41. Необходимость описания и регламентации процессов управления предприятием.
42. Необходимость совершенствования бизнес-процессов.

43. Международные и российские стандарты качества проектирования бизнес-процессов: CALC технологии и группы стандарты ISO.
44. Модель организационной зрелости предприятия (СММ).
45. Цели моделирования деятельности организации в системах автоматизации: управления.
46. Функциональный, объектно – ориентированный и субъектно – ориентированный подходы к построению бизнес-моделей в условиях построения и эксплуатации КИС.
47. Технология моделирования бизнес-процессов.
48. Анализ результатов моделирования бизнес-процессов в IT системах. Задачи и методы анализа.
49. Компетенции и требования к квалификации бизнес-аналитиков.
50. Инструментальные средства моделирования бизнес-процессов.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (7 семестр – экзамен (очная форма), 9 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

1. Мониторинг и контроль параметров бизнес-процессов.
2. Анализ бизнес-процессов. Методы анализа бизнес-процессов.
3. Выбор путей устранения проблем бизнес-процессов.
4. Внедрение корректирующих и предупреждающих действий. Планирование работы по улучшению бизнес-процессов.
5. Технологии улучшения бизнес-процессов.
6. Совершенствование и оценка целесообразности реорганизации бизнес-процессов.
7. Аудит бизнес-процессов.
8. Модели зрелости бизнес-процессов.
9. Аудит и определение направлений совершенствования бизнес-процессов на основе бенчмаркинга.
10. Аудит и определение направлений совершенствования бизнес-процессов на основе функционально-стоимостного анализа.
11. Симптомы «дисфункциональности» процессов.
12. Выбор подходов к совершенствованию бизнес-процессов.
13. Основные подходы к оценке целесообразности реорганизации бизнес-процессов.
14. Сбалансированная система показателей как средство управления процессами организации.
15. Сбалансированная система показателей и их сущность.
16. Цели Сбалансированной системы показателей.
17. Преимущества и недостатки Сбалансированной системы показателей.
18. Классификация методик анализа бизнес-процессов.
19. Качественный анализ бизнес-процессов.
20. Количественный анализ бизнес-процессов.
21. Назначение функционально-стоимостного анализа.
22. Вычисление стоимостных затрат бизнес-процессов.
23. Технология функционально-стоимостного анализа бизнес-процессов.
24. Технология динамического анализа бизнес-процессов.
25. Критерии динамического анализа эффективности организации бизнес-процессов.
26. Инструментальные средства динамического анализа организации бизнес-процессов.
27. Сценарии динамического анализа организации бизнес-процесса.

28. Основные концепции построения системы учета и контроля исполнения бизнес-процессов.
 29. Совершенствование бизнес-процессов.
 30. Инструменты совершенствования процессов.
 31. Этапы реинжиниринга бизнес-процессов: постановка проблемы и выделение базовых бизнес-процессов, обратный и прямой инжиниринг, реализация и внедрение проекта.
 32. Участники проекта реинжиниринга бизнес-процессов: лидер проекта, регламентирующий комитет, методологический центр, команды реинжиниринга, менеджеры процессов.
 33. Состав и функции команд реинжиниринга бизнес-процессов.
 34. Теории процессного управления.
 35. Модели и инструменты, используемые для описания бизнес-процессов.
 36. Структура и цели сбалансированной системы показателей (ССП).
 37. Преимущества и недостатки ССП.
 38. Классификация методик анализа бизнес-процессов.
 39. Качественный анализ бизнес-процессов.
 40. Количественный анализ бизнес-процессов.
 41. Методы анализа процессов.
 42. SWOT - анализ.
 43. Анализ проблем процесса: выделение проблемных областей.
 44. Ранжирование процессов на основе субъективной оценки.
 45. Анализ процесса по отношению к типовым требованиям.
 46. Инструменты совершенствования процессов.
 47. Основные средства описания бизнес-процессов. Компоненты бизнес-процессов.
 48. Иерархическая структура бизнес-процессов: понятие декомпозиции, основные принципы декомпозиции.
 49. Основные подходы к моделированию бизнес-процессов: «функциональный» (сетевой) и «сквозной».
 50. Функциональный подход к моделированию бизнес-процессов: предпосылки, этапы, приемы, инструменты, достоинства и недостатки.
 51. «Сквозной» подход к моделированию бизнес-процессов: предпосылки, этапы, приемы, инструменты, достоинства и недостатки.
- Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Экзамен по дисциплине **«Анализ и проектирование бизнес-процессов»** проводится в 7 семестре по очной форме обучения и в 9 семестре по очно-заочной форме обучения и включает контрольные вопросы по разделам дисциплины. Билет **экзамена** состоит из 2 вопросов. Ответы на вопросы **экзамена** оцениваются из максимальной оценки 40 баллов следующим образом: максимальное количество баллов за первый вопрос – 20 баллов, второй – 20 баллов.

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» Зав.кафедрой менеджмента и маркетинга _____ Д.С. Лопаткин «__» _____ 2022г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 - Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации»
Анализ и проектирование бизнес-процессов	
Билет № 13	
1. Модели и инструменты, используемые для описания бизнес-процессов.	
2. Инструментальные средства динамического анализа организации бизнес-процессов.	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05048-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489260>

2. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09385-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494859>

Б. Дополнительная литература

1. Информационные системы управления производственной компанией : учебник и практикум для вузов / под редакцией Н. Н. Лычкиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00764-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489408>

2. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05048-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489260>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Проблемы информационной безопасности. Компьютерные системы». ISSN: 2071-8217
- Журнал «Информационные технологии». ISSN: 1684-6400
- Журнал «Информационное общество». ISSN: 1606-1330

- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.ariscommunity.com/group/russian-aris-blog> - ARIS BPM Community: Business process management discussions, news and articles (Русскоязычный BPM-блог)
- <http://www.bpms.ru/> - Business Process Management (BPM) - программы для управления бизнес процессами, процессное управление, автоматизация бизнес-процессов
- <http://www.ids-scheer.ru/> - SoftwareAG, компания-производитель инструментария для управления бизнес-процессов, консалтинг в области процессного управления
- <http://www.aris-portal.ru/> - Портал по методологии и программному обеспечению ARIS
- <http://www.idefinfo.ru/> - Все о технологиях системного проектирования и бизнесмоделирования
- <http://www.gensym.com/> - компания Gensym, производитель системы имитационного анализа бизнес-процессов ReThink
- <http://bigc.ru/> - компания Бизнес Инжиниринг Групп
- <http://www.betec.ru/> - компания "Бизнес-инжиниринговые технологии": Консалтинг. Бизнес-семинары
- <http://www.sap.ru> - компания SAP AG

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Анализ и проектирование бизнес-процессов*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Функциональный и процессный подходы к управлению организацией	<i>Знает:</i> – понятийную базу теории бизнес-процессов. <i>Умеет:</i> – анализировать различные методы управления, эффективность управленческой деятельности, причины, затрудняющие процесс управления. <i>Владеет:</i> – навыками поиска и критической оценки информации, необходимой для анализа бизнес-процессов.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>
Раздел 2. Теоретические основы управления процессами.	<i>Знает:</i> – методы и инструменты бизнес-инжиниринга процессов; – методы анализа, оптимизации процессов. <i>Умеет:</i> – анализировать различные методы управления, эффективность управленческой деятельности, причины, затрудняющие процесс управления; – проектировать управленческие решения; – использовать методы и технологии проектирования бизнес-процессов; – находить оптимальные решения нестандартных задач управления. <i>Владеет:</i> – навыками поиска и критической оценки информации, необходимой для анализа бизнес-процессов; – навыками организации проектирования бизнес-процессов, планирования и контроля их реализации.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>
Раздел 3. Процесс и его компоненты	<i>Знает:</i> – методы и инструменты бизнес-инжиниринга процессов; – методы анализа, оптимизации процессов; <i>Умеет:</i> – проектировать управленческие решения;	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>

	– использовать методы и технологии проектирования бизнес-процессов; – находить оптимальные решения нестандартных задач управления. <i>Владеет:</i> – навыками организации проектирования бизнес-процессов, планирования и контроля их реализации.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Анализ и проектирование бизнес-процессов»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Анализ трендов

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: к.э.н., доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

(Наименование кафедры)

«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 – Менеджмент** (ФГОС ВО), с рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой менеджмента РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестров.

Дисциплина **Анализ трендов** относится к вариативной части обязательных дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента, маркетинга и экономики.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся представления о трендах как об индикаторах изменений в социальной, экономической, технологической и культурной среде, освоение инструментов их выявления, анализа и прогнозирования, а также применение полученных знаний для управления изменениями и разработки стратегий развития организаций в различных отраслях.

Задачи дисциплины:

- научить студентов анализировать текущие социальные, экономические, технологические и культурные тренды, используя различные методы и источники данных;
- развить навыки применения прогнозных методов для определения вероятных направлений развития выявленных трендов;
- сформировать у студентов умение разрабатывать стратегии адаптации компаний или организаций к текущим и будущим трендам для повышения их конкурентоспособности;
- исследовать влияние глобальных и локальных трендов на бизнес, общество, политику и технологическое развитие.

Дисциплина **Анализ трендов** преподается во 5 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства	ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации	ПК-1.2. Умеет проводить поиск информации с оценкой достоверности	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и

стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
Владение современными инструментами комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- где искать информацию об изменениях потребительского поведения;
- механизмы выявления потенциальных угроз и рисков, связанных с изменениями рынка или потребительского поведения;
- актуальные тренды на отраслевых рынках;
- базовые принципы трендвотчинга.

Уметь:

- сканировать тренды и тренд-сигналы;
- приоритизировать тренды;
- генерировать идеи продуктов под тренды.

Владеть:

- навыками по планированию долгосрочных инноваций в компании;
- инструментами анализа рынка и выявления актуальных трендов;
- дополнительными инструментами по генерации идей;
- навыками креативного мышления.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,11	40	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8	29,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Система управления трендами	13	4	4	–	10
2.	Использование трендов для создания новых продуктов и сервисов	13	4	4	–	10
3.	Исследование глобальных трендов.	13	4	4	–	10
4.	Тема 4. Генерация идей	13	4	4	–	10
	ИТОГО	72	16	16	–	40

4.2 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Система управления трендами

Введение. Трендотчинг и его роль в профессиональной деятельности маркетолога. Форсайт и футурология в работе с трендами.

Почему нужно управлять трендами? Что такое тренд, типы трендов, отличие от хайпа и моды. Иерархия трендов (мегатренды, макротренды, тренды). Роль технологий в формировании трендов. Цикл изучения трендов. Кабинетные и полевые исследования. Инструменты исследования трендов: тренд – положительное воздействие и тренд – отрицательное воздействие. Популярные системы сканирования трендов: Trendhunter, Trendwatching, Trendone и др.). Практика: выбираем мегатренд и макротренды. Работа с Google Trends. Жизненный цикл управления трендами.

Тема 2. Использование трендов для создания новых продуктов и сервисов

Форсайт и сценарии будущего. Генерация идей проектов на основе трендов. Построение карты трендов. Разбор кейсов. Этические аспекты анализа трендов.

Тема 3. Исследование глобальных трендов.

Изучение отчетов трендотчинговых агентств и сайтов. Технологические тренды, экологические тренды, культурные тренды и медийные тренды. Явления, которые будут драйвить потребителя в ближайшей перспективе. Обзор каналов: что будет эффективно в новом году? Дизайн-тренды: как делать красиво и не как у всех. Новые вызовы и возможности для аналитиков трендов.

Тема 4. Генерация идей

Мозговой штурм. Матрица идей Лебедева. Метод ассоциаций. Фрирайтинг. Метод фокальных объектов. Сотни стикеров. Яндекс.картинки. ТРИЗ. Латеральное мышление. Искусственный интеллект как инструмент генерации идей (ChatGPT, GigaChat, Yandex GPT, Шедеврум и т.д.).

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4
	Знать:				
1	где искать информацию об изменениях потребительского поведения;	+			+
2	механизмы выявления потенциальных угроз и рисков, связанных с изменениями рынка или потребительского поведения;		+	+	
3	актуальные тренды на отраслевых рынках;			+	+
4	базовые принципы трендвотчинга.	+			
	Уметь:				
5	сканировать тренды и тренд-сигналы;	+	+	+	+
6	приоритизировать тренды;	+	+		
7	генерировать идеи продуктов под тренды.		+		+
	Владеть:				
8	навыками по планированию долгосрочных инноваций в компании;	+	+		
9	инструментами анализа рынка и выявления актуальных трендов;	+	+	+	
10	дополнительными инструментами по генерации идей;				+
11	навыками креативного мышления.				+
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения			

8	ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации	ПК-1.2. Умеет проводить поиск информации с оценкой достоверности	+	+	+	+
9	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами			+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Разбор реальных кейсов управления трендами в крупных компаниях. Оценка эффективности инструментов и подходов к мониторингу и управлению трендами.	4
2	2	Выбор актуального тренда и создание концепции нового продукта или услуги, соответствующей этому тренду. Подготовка презентации с обоснованием идеи.	4
3	3	Анализ одного или нескольких глобальных трендов (например, экологичность, цифровизация) и прогноз их влияния на локальные рынки.	4
4	4	Проведение мозгового штурма для создания новых идей на основе нескольких предложенных трендов. Оценка идей с точки зрения их инновационности, востребованности и жизнеспособности.	4

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторный занятия по дисциплине не предусмотрены

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, РИНЦ, нормативными документами;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- регулярную проработку пройденного на практических занятиях учебного материала;
- подготовку к практическим занятиям.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе, рекомендованных на лекционных и практических занятиях. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из выполнения практических заданий (максимальная оценка 80 баллов) и реферативно-аналитической работы (максимальная оценка 20 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. Сущность и классификация трендов в современном мире
2. История и эволюция управления трендами в бизнесе
3. Методы мониторинга и анализа трендов: обзор инструментов
4. Роль больших данных в анализе трендов
5. Глобальные технологические тренды: анализ и прогнозы
6. Экологические тренды и их влияние на бизнес
7. Социальные тренды и изменения в поведении потребителей
8. Экономические тренды: локальные и глобальные аспекты
9. Тренды цифровой трансформации в различных отраслях
10. Роль инноваций в формировании новых трендов
11. Влияние трендов на создание новых продуктов и услуг
12. Кросс-культурные аспекты анализа глобальных трендов
13. Как анализировать тренды в условиях неопределенности
14. Модели прогнозирования трендов: преимущества и ограничения
15. Этика в анализе и использовании трендов
16. Системный подход к управлению трендами в корпорациях
17. Тренды в сфере искусственного интеллекта и машинного обучения
18. Роль трендов в формировании имиджа компании
19. Финансовые тренды и их влияние на глобальные рынки
20. Будущее работы: тренды в сфере труда и занятости
21. Тренды устойчивого развития и их применение в бизнесе
22. Влияние медиа на формирование общественных трендов
23. Микро- и макротренды: их отличие и примеры
24. Как социальные сети влияют на формирование трендов
25. Анализ трендов в сфере электронной коммерции
26. Использование трендов в стратегическом планировании компаний
27. Как стартапы создают и развивают тренды
28. Тренды в сфере здравоохранения и их значение для общества
29. Футурологический подход к исследованию трендов
30. Влияние трендов на глобализацию и локализацию экономики

8.2. Примеры контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено выполнение 4 практических заданий

Задание 1. Анализ трендов с использованием социальных сетей

Описание:

Выберите одну социальную сеть (например TikTok или ВКонтакте).

1. Найдите 5 трендовых хэштегов за последнюю неделю.
2. Проведите анализ их популярности: количество упоминаний, темы постов, и динамика роста.

3. Подготовьте презентацию с выводами: какие темы стали популярными, почему, и насколько они актуальны.

Задание 2. Построение трендовых графиков с использованием Google Trends

Описание:

1. Сравните популярность 3 различных поисковых запросов в Google Trends за последние 12 месяцев.
2. Постройте график изменения интереса к этим запросам.
3. Определите сезонные пики или снижения и обоснуйте причины (например, праздники, события).

Задание 3. Исследование культурных и технологических трендов

Описание:

1. Выберите одну из областей: мода, технологии, спорт, музыка или кино.
2. Опишите 3 главных тренда, которые появились за последние 3 года.
3. Создайте краткий прогноз развития трендов на ближайшие 2 года.

Задание 4. Исследование мемов как культурного тренда

Описание:

1. Выберите 3 популярных мема последних месяцев.
2. Проанализируйте, как они распространились, кто их аудитория и в каких контекстах они используются.
3. Подготовьте инфографику, объясняющую путь развития одного из мемов.

Задание 5. Экономические тренды в глобальной перспективе

Описание:

1. Изучите один из макроэкономических трендов (например, переход на зеленую энергетику, развитие криптовалют, увеличение удаленной занятости).
2. Найдите статистические данные, подтверждающие актуальность тренда.
3. Напишите краткий отчет о причинах и возможных последствиях тренда.

Задание 6. Прогнозирование трендов в сфере маркетинга

Описание:

1. Исследуйте тренды в цифровом маркетинге (например, использование искусственного интеллекта, персонализация контента, омниканальный подход).
2. Составьте список из 5 перспективных трендов на ближайшие 2 года.
3. Разработайте концепцию рекламной кампании, основанной на одном из трендов.

Задание 7. Анализ трендов на основе Big Data

Описание:

1. Найдите открытые данные (например, из Statista или других платформ) о потребительских предпочтениях или продажах.
2. Используя Excel или Google Sheets, проведите анализ данных и визуализируйте основные тренды.
3. Подготовьте отчет с выводами: какие тенденции можно выделить и как их можно использовать.

Задание 8. Создание тренда: Практическое задание

Описание:

1. Разработайте концепцию тренда (например, флешмоб в социальных сетях, экологическая акция, уникальный стиль контента).
2. Опишите целевую аудиторию, каналы распространения и план запуска.
3. Протестируйте свою идею на небольшом круге аудитории (например, на одноклассниках) и соберите обратную связь.

Задание 9. Тестирование по «Теоретические основы трендотчинга»

1. Что является основным признаком тренда?
A. Его соответствие личным предпочтениям.
B. Постоянная популярность в течение длительного времени.
C. *Быстрое распространение в обществе.*
D. Отсутствие интереса к нему со стороны бизнеса.
2. Какой инструмент чаще всего используют для анализа популярности поисковых запросов?
A. Excel.
B. *Google Trends.*
C. Photoshop.
D. Python.
3. Что такое «жизненный цикл тренда»?
A. Время, за которое тренд становится традицией.
B. *Период от зарождения тренда до его потери популярности.*
C. Промежуток времени, за который тренд становится массовым.
D. Время, необходимое для анализа тренда.
4. Какой из факторов чаще всего способствует появлению новых трендов?
A. Отсутствие нововведений в технологиях.
B. *Культурные и социальные изменения.*
C. Стабильность и неизменность общества.
D. Полное отсутствие инноваций.
5. Что означает термин «сезонный тренд»?
A. Тренд, который полностью исчезает после сезона.
B. *Популярность, привязанная к определенному времени года.*
C. Тренд, основанный на модных показах сезона.
D. Временный тренд, не связанный со временем года.
6. Какой пример относится к технологическому тренду?
A. Рост популярности вязаной одежды.
B. *Увеличение использования искусственного интеллекта.*
C. Появление новых жанров в музыке.
D. Увеличение посещаемости кафе.
7. Какой этап жизненного цикла тренда следует за его пиком популярности?
A. Возникновение.
B. Стабилизация.
C. *Спад.*

D. Исчезновение.

8. Какой метод наиболее эффективен для прогнозирования трендов?

A. Анализ прошлых данных и паттернов.

B. Случайный отбор информации.

C. Игнорирование статистики.

D. Опрос только экспертов.

9. Что из перечисленного можно считать примером краткосрочного тренда?

A. Изменение предпочтений в киноиндустрии за 5 лет.

B. Популярность мемов в течение месяца.

C. Постепенный рост использования электротранспорта.

D. Развитие рынка криптовалют за десятилетие.

10. Что чаще всего является результатом успешного анализа трендов?

A. Увеличение популярности аналитика.

B. Правильное прогнозирование и адаптация стратегий.

C. Снижение интереса к теме анализа.

D. Увеличение случайных данных в исследовании.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины.

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

A. Основная литература

1. Гавриленко Н.И., Лопаткин Д.С., Шушунова Т.Н. Основы менеджмента и маркетинга: Учебное пособие. - М.: РХТУ, 2020. – 184 с.

2. Маркетинг инноваций : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Молчанов [и др.] ; под общей редакцией Н. Н. Молчанова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2025. – 465 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-4775-5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/557737>

Б. Дополнительная литература

Щеголева, Н. Г. Технологии и финансовые инновации : учебник для вузов / Н. Г. Щеголева. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 81 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16353-7. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/544459>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям и практическим занятиям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- Журнал «Интернет-маркетинг». ISSN: 2619-1369;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Платформа по анализу трендов (сайт <http://trendwatching.com>)
- Сообщество по анализу трендов (сайт <https://www.trendhunter.com>)
- Отслеживание трендов с помощью инструмента Google (сайт <https://trends.google.com/trends/?hl=ru>)
- РБК Тренды (сайт - <https://trends.rbc.ru/trends/industry/64db92d89a794716a85f1804>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекционных занятий – 4, (общее число слайдов – 100+);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине **Анализ трендов** проводятся в форме практических занятий, а также самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование тем	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 1. Система управления трендами	<i>Знать:</i> где искать информацию об изменениях потребительского поведения; базовые принципы трендвотчинга. <i>Уметь:</i> сканировать тренды и тренд-сигналы; приоритизировать тренды; <i>Владеть:</i> навыками по планированию долгосрочных инноваций в компании; инструментами анализа рынка и выявления актуальных трендов.	Оценка за практическую работу
Тема 2. Использование трендов для создания новых продуктов и сервисов	<i>Знать:</i> механизмы выявления потенциальных угроз и рисков, связанных с изменениями рынка или потребительского поведения; <i>Уметь:</i> сканировать тренды и тренд-сигналы; приоритизировать тренды; генерировать идеи продуктов под тренды. <i>Владеть:</i> навыками по планированию долгосрочных инноваций в компании; инструментами анализа рынка и выявления актуальных трендов.	Оценка за практическую работу
Тема 3. Исследование глобальных трендов.	<i>Знать:</i> механизмы выявления потенциальных угроз и рисков, связанных с изменениями рынка или потребительского поведения; актуальные тренды на отраслевых рынках; <i>Уметь:</i> сканировать тренды и тренд-сигналы; <i>Владеть:</i> инструментами анализа рынка и выявления актуальных трендов;	Оценка за практическую работу
Тема 4. Генерация идей	<i>Знать:</i> где искать информацию об изменениях потребительского поведения; актуальные тренды на отраслевых рынках; <i>Уметь:</i> сканировать тренды и тренд-сигналы; генерировать идеи продуктов под тренды; <i>Владеть:</i>	Оценка за практическую работу (тест) Оценка за реферат

	дополнительными инструментами по генерации идей; навыками креативного мышления.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

–Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

–Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

–Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
Анализ трендов

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Антикризисное управление»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена кандидатом экономических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Г.Е. Шалдиной

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Антикризисное управление**» относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и менеджмента.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся теоретических знаний о современных концепциях антикризисного управления организацией, функционирующей в условиях рыночной экономики. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области источников, причин и проявлений кризисов во всем разнообразии взаимосвязанных тенденций развития организации.

Задачи дисциплины:

- вооружить студентов суммой знаний о методах и основном инструментарии антикризисного управления,
- сформировать понимания особенности антикризисного финансового управления,
- сформировать представление о роли и функции государственного антикризисного регулирования,
- ознакомить с основами законодательного регулирования процессов банкротства и финансового оздоровления субъектов хозяйствования.

Дисциплина «**Антикризисное управление**» преподается в 7 семестре по очной и очно-заочной форма обучения. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3. Владеет навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; использования системного подхода для решения поставленных задач

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: Организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической	ПК-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности	ПК-2.1. Знает методы экономических исследований эффективности работ	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности ПК-4.9. Владеет навыками формирования предложений по оптимизации финансовой деятельности хозяйствующего субъекта	

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- сущность, функции и проявления кризисов в экономике, их причины и возможные последствия;
- современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами;
- российское законодательство о несостоятельности (банкротстве) организации; процедуры банкротства и последствия их введения.

Уметь:

- принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий;
- применять методы и инструментарий антикризисного управления.

Владеть:

- нормативно-правовой базой проведения антикризисных преобразований, включая процессы реализации процедур банкротства;
- инструментами антикризисного управления;
- методами экономического и финансового анализа.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад.час	Астр.час
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64	48
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа:	2,22	80	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		79,8	59,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Виды учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад.час	Астр.час
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,66	24	18
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа:	3,34	120	90
Контактная самостоятельная работа	3,34	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		119,8	89,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Теоретические основы антикризисного управления.	25	5	5	-	15
2.	Раздел 2. Методы и основной инструментарий антикризисного управления	20	5	5	-	10
3.	Раздел 3. Государственное антикризисное управление.	25	5	5	-	15
4.	Раздел 4. Особенности антикризисного финансового управления.	27	6	6	-	15
5.	Раздел 5. Ключевые факторы антикризисного управления	20	5	5	-	10
6.	Раздел 6. Банкротство как инструмент антикризисного управления.	27	6	6	-	15
	ИТОГО	144	32	32	-	80

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Теоретические основы антикризисного управления.	14	2	2	-	10
2.	Раздел 2. Методы и основной инструментарий антикризисного управления	13	2	1	-	10
3.	Раздел 3. Государственное антикризисное управление.	23	2	1	-	20
4.	Раздел 4. Особенности антикризисного финансового управления.	36	4	2	-	30
5.	Раздел 5. Ключевые факторы антикризисного управления	23	2	1	-	20
6.	Раздел 6. Банкротство как инструмент антикризисного управления.	35	4	1	-	30
	ИТОГО	144	16	8	-	120

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы антикризисного управления.

Понятие кризиса в социально-экономическом развитии и причины его возникновения

Предмет, объект, функции антикризисного управления.

Типология кризисов: по причинам, по характеру, по последствиям. Причины: объективные и субъективные; внешние и внутренние; случайные и закономерные; искусственные и естественные и др. Характер: локальный или общий; кратковременный или затяжной; частичный или системный и др. Последствия: обновление или разрушение; обострение или разрушение; преобразование или сохранение и др.

Особенности природных, общественных и экологических кризисов. Группы кризисов в социально-экономической системе: экономические, социальные организационные, психологические, технологические. Сущность и закономерности экономических кризисов. Фазы цикла общественного воспроизводства – спад, депрессия (стагнация), оживление, подъем (бум).

Соотношение внешних и внутренних факторов кризиса. Факторы, симптомы и причины кризисов. Фазы жизненного цикла организации. Классический подход к этапам жизненного цикла организации – характеристика состояния фирм (или этапов их развития) – эксплерентов; пациентов; виолентов (национальные, интернациональные, деструктурированные виоленты); коммутантный этап и леталентный. Другие модели жизненного цикла организации. Особенности модели И. Адизеса. Стадии жизненного цикла организации по модели И. Адизеса в сравнении с другими моделями жизненного цикла предприятия (Липит, Шмидт, Скотт, Грейнер, Миллер, Лестер и др.).

Раздел 2. Методы и основной инструментарий антикризисного управления.

Диагностика кризисных ситуаций в деятельности предприятий и организаций. Основные параметры диагностирования (объект, цель и задачи диагностики). Аутентичность и объективность диагностирования. Три типа диагностирования. Этапы диагностирования. Внешние и внутренние кризисные факторы и их параметры. Причины кризиса и направления анализа причин кризиса (исторический и структурный анализ, классификация факторов, определение роли человеческого фактора появления кризиса, организация диагностики). базовые параметры, отражающие специфику конкретного объекта. Экспертные и аналитические методы диагностики. Использование многофакторных моделей прогнозирования финансовой несостоятельности организаций.

Информационные блоки при диагностике.

Сущность, цели, функции и особенности антикризисного маркетинга. Организация антикризисного маркетинга на предприятии. Использование средств маркетинга в антикризисном управлении.

Роль стратегии в антикризисном управлении. Особенности стратегии и тактики антикризисного управления. Типы стратегий антикризисного управления.

Теоретические основы проведения реструктуризации корпорации в условиях кризиса.

Характеристика видов и этапы реструктуризации. Совершенствование организационных структур корпорации в современных условиях. Антикризисная реструктуризация корпорации методами слияний (поглощений).

Раздел 3. Государственное антикризисное управление.

Цель и основные направления государственного антикризисного управления. Методы достижения цели государственного антикризисного управления (прямые, косвенные, административные, экономические). Объекты и субъекты государственного регулирования. Принципы государственной антикризисной стратегии.

Направления государственного регионального регулирования. (региональная антикризисная политика)

Антикризисные проекты и программы правительства РФ. Государственное регулирование финансового оздоровления и предупреждения банкротства организаций.

Раздел 4. Особенности антикризисного финансового управления.

Антикризисное финансовое управление – частный вид антикризисного управления организации. Цель финансового управления. Экономическая и финансовая подсистемы организации как социально-экономической системы. (СЭС). Функциональные элементы финансового управления.

Антикризисное финансовое управление. Специфические принципы антикризисного финансового управления. Основные цели антикризисного финансового управления. Этапы антикризисного финансового управления. Сущность и методы диагностики кризисов предприятий и организаций корпорации. Внутрифирменный анализ финансовой устойчивости предприятий. Понятие «финансовая устойчивость» и управление финансовой устойчивостью организации. Финансовые ресурсы, необходимые для ликвидации негативных последствий факторов кризиса. Механизм управления процессами восстановления и поддержания финансовой устойчивости организации. Особенности операционного анализа в целях финансового оздоровления организаций.

Раздел 5. Ключевые факторы антикризисного управления

Ключевые факторы реализации антикризисных программ: управление рисками, инновационная политика и инвестиционная политика.

Экономическое и функциональное понятие риска как черты антикризисного управления. Классификация рисков в антикризисном управлении. Организация управления рисками в организации. Основные подходы к управлению рисками (уклонение и принятие) и пути снижения рисков.

Антикризисная инновационная политика. Закономерности развития инновационной сферы, инновационные циклы. Жизненный цикл продукции и жизненный цикл технологии производства. Факторы, определяющие инновационный потенциал предприятия. Два типа инновационной стратегии (адаптивная, конкурентная)

Инвестиционная политика в антикризисном управлении. Трансформация антикризисной инвестиционной деятельности. Источники инвестиционных ресурсов. Направления и формы инвестиционной деятельности. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия и оценка инвестиционных проектов.

Раздел 6. Банкротство как инструмент антикризисного управления.

Правовые основы процедур банкротства предприятий и организаций в РФ., основные положения Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» и базовые понятия в законодательстве о банкротстве. Несостоятельность (банкротство), неплатежеспособность должник, денежное обязательство, обязательные платежи, недостаточность имущества, кредиторы, регулирующий орган, санация. Признаки банкротства. Лица, участвующие в деле о банкротстве – арбитражный управляющий, временный управляющий, административный управляющий, внешний управляющий, конкурсный управляющий. Досудебная мера по предупреждению банкротства – досудебная санация. Судебные процедуры банкротства - наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство, мировое соглашение. Методики определения несостоятельности организаций.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

[illegible]

	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК						
10	- ПК-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности	- ПК-2.1. Знает методы экономических исследований эффективности работ		+	+	+	+	
11	- ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	- ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности			+	+	+	
		- ПК-4.9. Владеет навыками формирования предложений по оптимизации финансовой деятельности хозяйствующего субъекта		+				+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела	Темы практических (семинарских) занятий	Часы
1	Раздел 1. Теоретические основы антикризисного управления.	Характеристика основных четырех фаз цикла общественного воспроизводства; Характеристика этапов развития организации; Факторы, симптомы и причины кризиса; История смены взглядов на принципы и последствия кризисов; Методологические выводы из теории кризисов и циклов для экономической практики;	5
2	Раздел 2. Методы и основной инструментарий антикризисного управления	Особенности структурно-содержательного аспекта диагностирования организации; Виды и направления анализа причин кризиса; Методы диагностики кризиса; Функции маркетинга в антикризисном управлении; Маркетинговые стратегии в антикризисном управлении; Этапы реструктуризации организации; Антикризисная реструктуризация корпорации методами слияний (поглощения)	5
3	Раздел 3 Государственное антикризисное управление.	Основные направления государственного антикризисного управления; Характеристика методов достижения целей государственного антикризисного регулирования; Принципы государственной антикризисной стратегии; Особенности государственной региональной политики в антикризисном регулировании; Виды антикризисных проектов и программ, которые реализует правительство РФ; Основные цели и приоритеты программ и планов Правительства РФ, принятых после 2014г. и их изменения;	5
4	Раздел 4. Особенности антикризисного финансового управления	Сущность и особенности антикризисного финансового управления; Основные функции и взаимосвязь финансовой и экономической подсистем организации; Отличия антикризисного финансового управления от других видов антикризисного управления; Финансовая устойчивость - одна из главных целей антикризисного финансового управления;	6

		Диагностика структуры бухгалтерского баланса – стадия внутрифирменного анализа финансового состояния организации;	
5	Раздел 5 Ключевые факторы антикризисного управления	Теоретические основы рискологии, риск-менеджмента; Организация управления рисками в организации; Подходы к управлению рисками; Организация инновационной деятельности Этапы инновационного процесса, их содержание и роль в антикризисном управлении; Выводы, которые можно сделать на основании изучения жизненного цикла продукции; Взаимосвязь между стратегическими и тактическими инвестиционными решениями; Наиболее распространенные методы оценки инвестиционных проектов;	5
6	Раздел 6. Банкротство как инструмент антикризисного управления	Общая характеристика конкурсного права и законодательства о несостоятельности; Цели и задачи института несостоятельности и его особенности в России; Характеристика основных понятий закона «О несостоятельности (банкротстве»); Тип менеджмента, преобладающий в антикризисном оздоровлении предприятия-должника Основные мероприятия по предупреждению банкротства; Виды досудебной санации организации; Ликвидационные процедуры при банкротстве. □	6

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела	Темы практических (семинарских) занятий	Часы
1	Раздел 1. Теоретические основы антикризисного управления.	Характеристика основных четырех фаз цикла общественного воспроизводства; Характеристика этапов развития организации; Факторы, симптомы и причины кризиса;	2
2	Раздел 2. Методы и основной инструментарий антикризисного управления	Особенности структурно-содержательного аспекта диагностирования организации; Виды и направления анализа причин кризиса; Методы диагностики кризиса; Функции маркетинга в антикризисном управлении; Этапы реструктуризации организации;	1
3	Раздел 3 Государственное антикризисное управление.	Основные направления государственного антикризисного управления; Принципы государственной антикризисной стратегии; Виды антикризисных проектов и программ, которые реализует правительство РФ;	1

4	Раздел 4. Особенности антикризисного финансового управления	Сущность и особенности антикризисного финансового управления; Финансовая устойчивость - одна из главных целей антикризисного финансового управления; Диагностика структуры бухгалтерского баланса – стадия внутрифирменного анализа финансового состояния организации;	2
5	Раздел 5 Ключевые факторы антикризисного управления	Теоретические основы рискологии, риск- менеджмента; Организация управления рисками в организации; Подходы к управлению рисками; Организация инновационной деятельности Наиболее распространенные методы оценки инвестиционных проектов;	1
6	Раздел 6. Банкротство как инструмент антикризисного управления	Общая характеристика конкурсного права и законодательства о несостоятельности; Характеристика основных понятий закона «О несостоятельности (банкротстве»); Основные мероприятия по предупреждению банкротства; Виды досудебной санации организации;	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль освоения дисциплины основан на контроле выполнения письменных заданий в соответствии с РПД по дисциплине «*Антикризисное управление*»,

выполнении контрольных работ на семинарских занятиях и обсуждении сделанных докладов. Рабочей программой дисциплины предусмотрено проведение выполнения 4 контрольных опросов в письменной форме. Форма опроса содержит два вопроса, каждый оценивается 5 баллов.; выполнение двух контрольных работ в виде решения задач. Каждая задача оценивается в 10 баллов; написание доклада по тематике практического занятия. Доклад оценивается в 20 баллов.

8.1 Примеры контрольных вопросов, заданий и тем докладов для текущего контроля освоение дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы антикризисного управления.

Перечень вопросов для подготовки к устному опросу.

1. Что такое «кризис» как понятие, каковы его черты?
2. В чем заключаются основные причины возникновения кризисов?
3. Охарактеризуйте основные виды кризисов и циклов
4. Что такое фазы цикла и каковы их основные черты?
5. В чем проявляются симптомы возникновения кризиса в организации?
6. Какова связь понятий «фактор» и «причина» кризиса?
7. Какие особенности характеризуют организации эксплентарного типа?
8. Какова характеристика организации пациентного типа?
9. Чем характеризуется виолентный этап развития организации?
10. Каковы особенности коммутантного этапа развития организации?
11. Возможно ли возникновение кризиса в деятельности отдельной организации
12. Какую роль играет кризис в социально-экономическом развитии?
13. В чем проявляется человеческий фактор кризиса?
14. Возможно ли исключить кризис из развития социально-экономической системы.
15. В чем состоит содержание мультипликационно-акселерационного механизма циклов?
16. Опишите первую фазу классического цикла общественного воспроизводства.
17. Опишите вторую фазу классического цикла общественного воспроизводства.
18. Как можно охарактеризовать третью стадию классического цикла общественного воспроизводства?
19. Охарактеризуйте четвертую стадию классического цикла общественного воспроизводства.
20. Когда и почему появляется возможность экономических кризисов.?
21. Каковы фазы циклов и как они проявляются?
22. Как можно охарактеризовать коллектив работников «эксплентных» фирм?
23. Какое место занимает маркетинг в управлении фирмой пациентного типа?
24. Какого рода угрозы более влияют на фирмы пациентного типа?
25. Какого рода фирмы организуются фирмами типа «национальные виоленты»?
26. Как можно охарактеризовать жизнедеятельность фирм на стадии национального виолента?
27. Как можно охарактеризовать фирмы типа «интернациональный виолент»?
28. В чем состоит особенность позиции на рынке фирмы на стадии национального виолента»?

Перечень тем докладов, которые обсуждаются на семинарских занятиях

1. Основные причины возникновения кризисов
2. Основные виды кризисов и циклов
3. Фазы цикла и их основные черты

4. Симптомы возникновения кризиса в организации
5. Связь понятий «фактор» и «причина» кризиса
6. Особенности организации эксплентарного типа
7. Характеристика организации пациентного типа
8. Характеристика виолентного этапа развития организации
9. Особенности коммутантного этапа развития организации
10. Основные причины возникновения кризисов
11. Основные виды кризисов и циклов
12. Фазы цикла и их основные черты
13. Симптомы возникновения кризиса в организации
14. Связь понятий «фактор» и «причина» кризиса
15. Особенности организации эксплентарного типа
16. Характеристика организации пациентного типа
17. Характеристика виолентного этапа развития организации
18. Особенности коммутантного этапа развития организации
19. Причины возникновения возможности экономических кризисов.
20. Проявление фаз циклов экономических кризисов.
21. Характеристика коллектива работников «эксплентных» фирм
22. Место маркетинга в управлении фирмой пациентного типа.
23. Угрозы, проявляющиеся на фирме пациентного типа.
24. Характеристика фирмы типа «национальные виоленты»
25. Жизнедеятельность фирм на стадии национального виолента
26. Характеристика фирмы типа «интернациональный виолент»
27. Особенность позиции на рынке фирмы на стадии национального виолента».
28. Факторы, способствующие устойчивой позиции фирм вида «национальный виолент».
29. Структуру фирмы-коммутанта.
30. Участники корпоративного управления

Задания для письменного опроса.

Задание.1

1. Что такое «кризис» как понятие, каковы его черты?
2. Как можно охарактеризовать коллектив работников «эксплентных» фирм?

Задание.2.

1. В чем заключаются основные причины возникновения кризисов?
2. Какое место занимает маркетинг в управлении фирмой пациентного типа?

Задание 3.

1. Охарактеризуйте основные виды кризисов и циклов
2. Какого рода угрозы более влияют на фирмы пациентного типа?

Задание 4.

1. Что такое фазы цикла и каковы их основные черты?
2. Чем характеризуется виолентный этап развития организации?

Задание 5.

1. Какова связь понятий «фактор» и «причина» кризиса?
2. Возможно ли исключить кризис из развития социально-экономической системы.

Задание 6.

1. Фазы цикла и их основные черты
2. Жизнедеятельность фирм на стадии национального виолента

Задание 7.

1. Характеристика коллектива работников «эксплентных» фирм
2. Симптомы возникновения кризиса в организации

Задание 8.

1. Характеристика фирмы типа «интернациональный виолент»
2. Причины возникновения возможности экономических кризисов

Задание 9.

1. Какие особенности характеризуют организации эксплениарного типа?
2. Какие факторы способствуют устойчивой позиции фирм вида «национальный виолент»?

Задание 10.

1. Каковы особенности коммутантного этапа развития организации?
2. Симптомы возникновения кризиса в организации

Раздел 2. Методы и основной инструментарий антикризисного управления.***Перечень вопросов для подготовки к устному опросу.***

1. Что означает диагностирование для развития системы, выявления и локализации кризиса?
2. Какие проблемы может решить диагностика?
3. Можно ли при помощи диагностического анализа установить степень кризисного состояния, его происхождение, динамику развития?
4. В чем проявляется необходимость для организации постановки диагноза кризисного состояния для ее стратегии?
5. Что является объектом и субъектом диагностики?
6. Каковы возможные виды и направления анализа для выявления причин кризиса?
7. Какие элементы включает алгоритм процесса диагностирования?
8. Назовите и кратко охарактеризуйте основные методы диагностики.
9. Какова роль маркетинга в антикризисном управлении?
10. Каковы критерии выбора целей маркетинга в антикризисном менеджменте?
11. Используя понятие «маркетинговая среда» назовите основные факторы, учитываемые при оценке предкризисного состояния фирмы?
12. Чем вызвана потребность предприятий в антикризисном стратегическом управлении?
13. Охарактеризуйте основные этапы антикризисного стратегического планирования
14. Что определяет характер стратегии и тактики антикризисного управления?
15. Дайте краткую характеристику основным направлениям антикризисного стратегического менеджмента?
16. Назовите внутренние факторы предприятия, определяющие особенности стратегии и тактики управления?
17. Охарактеризуйте понятие «внешняя среда» как условие выработки стратегии и тактики антикризисного управления.
18. Анализируя стратегию предприятия, на каких показателях следует сконцентрировать внимание?
19. Перечислите основные параметры диагностирования
20. Что является объектом диагностики?

Перечень тем докладов, которые обсуждаются на семинарских занятиях.

1. Проблемы, решаемые с помощью диагностики.
2. Возможности диагностического анализа при выяснении степени кризисного состояния, его происхождение, динамику развития.
3. Необходимость для организации постановки диагноза кризисного состояния

для ее стратегии.

4. Объекты и субъекты диагностики.
5. Возможные виды и направления анализа для выявления причин кризиса.
6. Алгоритм процесса диагностирования.
7. Основные методы диагностики.
8. Роль маркетинга в антикризисном управлении.
9. Критерии выбора целей маркетинга в антикризисном менеджменте.
10. Основные факторы, учитываемые при оценке предкризисного состояния фирмы с точки зрения понятия «маркетинговая среда»
11. Потребность предприятий в антикризисном стратегическом управлении.
12. Основные этапы антикризисного стратегического планирования
13. Потребность предприятий в антикризисном стратегическом управлении.
14. Этапы антикризисного стратегического планирования
15. Характер стратегии и тактики антикризисного управления
16. Основные направления антикризисного стратегического менеджмента.
17. Внутренние и внешние факторы предприятия. определяющие особенности стратегии и тактики управления.
18. Понятие «внешняя среда» как условие выработки стратегии и тактики антикризисного управления.
19. Система показателей при анализе стратегии предприятия.
20. Основные параметры диагностирования

Задание для письменного опроса.

Задание.1

1. Что означает диагностирование для развития системы, выявления и локализации кризиса?
2. Чем вызвана потребность предприятий в антикризисном стратегическом управлении?

Задание 2.

1. Можно ли при помощи диагностического анализа установить степень кризисного состояния, его происхождение, динамику развития?
2. Охарактеризуйте основные этапы антикризисного стратегического планирования

Задание.3

1. Что является объектом и субъектом диагностики?
2. Чем вызвана потребность предприятий в антикризисном стратегическом управлении?

Задание.4

1. Какие элементы включает алгоритм процесса диагностирования?
2. Назовите и кратко охарактеризуйте основные методы диагностики.

Задание 5.

1. Какова роль маркетинга в антикризисном управлении?
2. Что определяет характер стратегии и тактики антикризисного управления?

Задание 6.

1. Дайте краткую характеристику основным направлениям антикризисного стратегического менеджмента?
2. Перечислите основные параметры диагностирования

Задание 7.

1. Охарактеризуйте понятие «внешняя среда» как условие выработки стратегии и тактики антикризисного управления.
2. Какие основные моменты рассматриваются при разработке стратегии предприятия?

Задание 8.

1. В чем проявляется необходимость для организации постановки диагноза кризисного состояния для ее стратегии?
2. Какие показатели можно отнести к стратегическим показателям деятельности

Раздел 3. Государственное антикризисное управление.

Перечень заданий для письменного опроса.

Задание 1.

1. Назовите основные направления государственного антикризисного управления.
2. Укажите формы, цели и задачи государственного антикризисного управления (ГАУ).

Задание 2.

1. Охарактеризуйте объекты и субъекты ГАУ.
2. Опишите особенности антикризисной региональной политики.

Задание 3.

1. Охарактеризуйте принципы, составляющие основу ГАУ.
2. Сформулируйте цели, на которые направлены приоритетные национальные проекты.

Задание 4.

1. Охарактеризуйте факторы, от которых зависит эффективность реализации государственных антикризисных программ.
2. Опишите отрицательные факторы, от которых зависит эффективность реализации государственных антикризисных программ.

Задание 5.

1. Укажите области и способы реализации государством своих управленческих функций.
2. Опишите виды государственного регулирования кризисных ситуаций.

Задание 6.

1. Дайте оценку целесообразности государственной политики свертывания и ликвидации неэффективных производств.
2. Дайте оценку принципам активной промышленной политики в рамках государственного регулирования.

Задание 7

1. Опишите формы государственного антикризисного управления.
2. Опишите цели государственного антикризисного регулирования в стабильных условиях.

Задание 8.

1. Охарактеризуйте главные цели государства в условиях кризиса.
2. Охарактеризуйте прямые методы государственного антикризисного управления.

Задание 9.

1. Дайте оценку административным методам достижения цели государственного антикризисного управления.
2. Охарактеризуйте объекты государственного антикризисного управления.

Задание 10.

1. Опишите субъектов государственного антикризисного управления.
2. Дайте оценку принципам, составляющих основу государственной антикризисной стратегии.

Задание 11.

1. Дайте оценку эффективности инвестиционных конкурсов продажи государственной собственности как инструмента антикризисной стратегии.
2. В условиях глобализации экономики охарактеризуйте значимость государственной региональной политики.

Задание 12.

1. Опишите основные задачи антикризисного регулирования экономикой региона.
2. Дайте оценку видам устойчивости при реализации государственного антикризисного регулирования.

Раздел 4. Особенности антикризисного финансового управления

Перечень задач для контрольного решения на семинарских занятиях

На занятиях студентам предоставляются варианты форм бухгалтерской отчетности. Условия и решения задач №№1-17 предполагают три варианта исходной информации.

Контрольная работа 1

Задача 1

Сгруппировать активы по степени их ликвидности.

Задача 2

Сгруппировать пассивы по степени срочности оплаты (срочности погашения обязательств).

Задача 3

Представить баланс с позиции оценки его ликвидности.

Оценить полученный баланс с позиций ликвидности.

Задача 4

Рассчитать абсолютные показатели ликвидности:

- текущая ликвидность;
- перспективная ликвидность;
- наличие собственных оборотных средств.

Задача 5

Рассчитать относительные показатели ликвидности

- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент быстрой (срочной, критической) ликвидности;
- коэффициент абсолютной ликвидности (платежеспособности).

Задача 6

Рассчитать величину собственных оборотных средств (СОС).

Как можно охарактеризовать финансовую устойчивость организации на основании полученных расчетных значений собственных оборотных средств?

Задача 7

Рассчитать излишек или недостаток финансирования формирования запасов, используя показатель наличия функционирующего капитала (КФ).

Задача 8.

Определить общую величину возможных источников формирования запасов (ВИ).

Задача 9.

На основании рассчитанных индикаторов определить трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации: $S(\Phi^c \Phi^T \Phi^o)$, где

$\Phi^c = \text{СОС}-З$; $\Phi^T = \text{КФ}-З$; $\Phi^o = \text{ВИ} - З$, где

З – запасы и НДС по приобретенным ценностям

Контрольная работа 2

Задача 1

Инвестору предлагается купить облигации акционерного общества по цене 10 тыс. руб. с погашением через пять лет по 15 тыс. руб. Стоит ли покупать эти облигации, если банковский депозит дает 10% годовых?

Задача 2

Организация инвестирует капитал в сумме 500 тыс. д/ед. в проект со сроком реализации 4 года. Планируется ежегодный доход – 150 тыс. д/ед.

При какой ставке дисконтирования (доходности) данные инвестиции будут выгодны предприятию? Рассматривается два возможных варианта доходности: 6% или 10%.

Задача 3

Оценить целесообразность приобретения запасных деталей для ремонта у стороннего поставщика или изготовление этих деталей собственными силами (т.е. при какой годовой потребности выгодно покупать или производить самим), если:

-при изготовлении собственными силами постоянные затраты (на содержание оборудования) - 150 тыс. ден. ед. в год; переменные затраты - 120 ден. ед. на одну деталь; цена готовых изделий у поставщика - 140 ден. ед. за деталь.

Задача 4.

Оценить кредитоспособность предприятия по норме прибыли на вложенный капитал, если прибыль за первый год- 2000, за второй – 2500; общая сумма пассивов – 6000 и 6300 соответственно. (предусмотрены варианты исходных данных из предоставленных студентам балансов)

Раздел 5. Ключевые факторы антикризисного управления.

Перечень тем докладов, которые обсуждаются на семинарских занятиях.

1. Общая характеристика ключевых факторов антикризисного управления
2. Классификацию видов рисков.
3. Основные пути снижения рисков.
4. Оценка величины риска.
5. Структура жизненного цикла продукции
6. Факторы, определяющие инновационный потенциал организации.
7. Основные типы инновационной стратегии и их характеристики.
8. Финансовые критерии оценки инновационных проектов.
9. Основные источники финансирования инвестиций.
10. Основные факторы, обеспечивающие возможность реализации антикризисной инвестиционной политики в России.
11. Направления анализа деятельности организаций для оценки степени их инвестиционной привлекательности
12. Наиболее распространенные методы оценки инвестиционных проектов
13. Факторы маркетинговой среды.
14. Главные рыночные объекты при оценке маркетинговых возможностей.
15. Факторы, исследуемые в международной маркетинговой среде.
16. Факторы, исследуемые в макроэкономической среде.
17. Роль стратегии в антикризисном управлении.
18. Нарушения при несоответствии стратегии предприятия изменениям во внешней среде.
19. Основные моменты при разработке стратегии предприятия.
20. Корректировка миссии предприятия в процессе стратегического антикризисного планирования.

Перечень заданий для письменной контрольной работы.

Задание 1.

1. Дайте характеристика ключевых факторов антикризисного управления
2. Назовите классификационные критерии видов рисков.

Задание 2.

1. Охарактеризуйте основные пути снижения рисков.
2. Назовите и охарактеризуйте методы оценка величины риска.

Задание 3.

1. Изобразите структуру жизненного цикла продукции

2. Опишите факторы, определяющие инновационный потенциал организации.

Задание 4.

1. Охарактеризуйте типы инновационной стратегии и их характеристики.

2. Приведите финансовые критерии оценки инновационных проектов.

Задание 5.

1. Сформулируйте источники финансирования инвестиций.

2. Опишите основные факторы, обеспечивающие возможность реализации антикризисной инвестиционной политики в России.

Задание 6.

1. Охарактеризуйте направления анализа деятельности организаций для оценки степени их инвестиционной привлекательности

2. Приведите наиболее распространенные методы оценки инвестиционных проектов

Задание 7.

1. Опишите факторы маркетинговой среды.

2. Приведите главные рыночные объекты при оценке маркетинговых возможностей.

Задание 8.

1. Опишите факторы, исследуемые в международной маркетинговой среде.

2. Опишите факторы, исследуемые в макроэкономической среде.

Задание 9.

1. Охарактеризуйте роль стратегии в антикризисном управлении.

2. Оцените нарушения при несоответствии стратегии предприятия изменениям во внешней среде.

Задание 10.

1. Перечислите основные моменты при разработке стратегии предприятия, раскройте их содержание.

2. Раскройте целесообразность корректировки миссии предприятия в процессе стратегического антикризисного планирования.

Раздел 6. Банкротство как инструмент антикризисного управления

Перечень вопросов для подготовки к устному опросу.

1. Какими внутренними и внешними причинами может быть вызвано банкротство предприятия?

2. Охарактеризуйте этапы становления и развития законодательства Российской Федерации о банкротстве.

3. При каких условиях юридическое лицо считается неспособным удовлетворять требованиям кредиторов?

4. Приведите примеры денежных обязательств для определения наличия признаков банкротства.

5. Как определяются внешние признаки банкротства?

6. Приведите примеры действий учредителей должника и кредиторов в целях предупреждения банкротства предприятия должника.

7. Какими правами обладает арбитражный управляющий в деле о банкротстве?

8. Опишите обязанности арбитражного управляющего в деле о банкротстве.

9. Назовите процедуры при рассмотрении дела о банкротстве.

10. Охарактеризуйте последствия введения процедуры наблюдения.

11. Кто осуществляет контроль за соблюдением правил процедуры наблюдения?

12. Опишите обязанности административного управляющего в ходе финансового оздоровления.

13. Приведите примеры судебных актов по итогам рассмотрения результатов финансового оздоровления.

14. При каких условиях вводится внешнее управление?

15. Опишите последствия введения внешнего управления.

16. Прокомментируйте понятие «мораторий на удовлетворение требований кредиторов».
17. Каковы основные функции внешнего управляющего?
18. Каковы основные положения плана внешнего управления?
19. Опишите ключевые элементы процесса продажи предприятия.
20. При каких обстоятельствах открывается конкурсное производство?
21. Назовите основные обязанности конкурсного управляющего.
22. На каком этапе рассмотрения дела о банкротстве может быть заключено мировое соглашение?
23. Понятие, причины и последствия кризисных явлений в экономике.
24. Классификация кризисов и двойственный характер их воздействия на развитие социально-экономической системы.

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.2. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)»
2. Кочеткова, А. И. Антикризисное управление. Инструментарий : учебник и практикум для вузов / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01617-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490840>
3. Антикризисное управление : учебник и практикум для вузов / Н. Д. Корягин [и др.] ; под редакцией Н. Д. Корягина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00539-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489131>

Б. Дополнительная литература

4. Кочеткова, А. И. Антикризисное управление. Инструментарий : учебник и практикум для вузов / А. И. Кочеткова, П. Н. Кочетков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 440 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01617-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490840>

9.2 Рекомендуемые источники научно-технической информации

Презентации к лекциям

Научно-технические журналы:

- Журнал «Инновации и инвестиции» ISSN: 2307-180X.
- Журнал «Арбитражная практика» ISSN:1608-6732
- Журнал «Безопасность бизнеса» ISSN:2072-3644
- Журнал «Бизнес, Менеджмент и Право» ISSN: 2072-1722
- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736.

- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627.
- Журнал «Управление рисками» ISSN 1684-6303
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- Сайт Центрального Банка РФ: www.cbr.ru
- Министерство финансов РФ: www.minfin.ru
- Сайт «Банкротство в России» <http://www.bankr.ru/>
- Сайт «Все о банкротстве» <http://www.bankrot.ru/>
- Сайт «ООО «Центр проблем банкротств»» <http://www.bankrots.ru/>
- Сайт «Информационно-аналитическое агентство "Банкротство".»

<http://www.bankrupt.ru/>

- Сайт «Банкротство и финансовое оздоровление.»

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 6, (общее число слайдов – 120);
- банк тем докладов (общее число тем – 154);
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов и задач – 90);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Антикризисное управление*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на

				обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Теоретические основы антикризисного управления	<i>Знает:</i> - сущность, функции и проявления кризисов в экономике, их причины и возможные последствия; <i>Умеет:</i> - принимать оптимальные управленческие решения в условиях экстремальных ситуаций. острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий <i>Владеет:</i> - инструментами антикризисного управления	Устный опрос, контрольный письменный опрос, доклад Оценка за зачет
Раздел 2. Методы и основной инструментарий антикризисного управления	<i>Знает:</i> - сущность, функции и проявления кризисов в экономике, их причины и возможные последствия; - современные методы и инструменты антикризисного регулирования; <i>Умеет:</i> - принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности; - применять методы и инструментарий антикризисного управления. <i>Владеет:</i> - инструментами антикризисного управления.	Устный опрос, контрольный письменный опрос, доклад Оценка за зачет
Раздел 3. Государственное антикризисное управление	<i>Знает:</i> - современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами; - российское законодательство о несостоятельности (банкротстве) организации, процедуры банкротства и последствия их введения. <i>Умеет:</i> - принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий. <i>Владеет:</i> - нормативно-правовой базой проведения антикризисных преобразований, включая процессы реализации процедур банкротства.	Оценка за. контрольный письменный опрос Оценка за зачет

Раздел 4. Особенности антикризисного финансового управления	<i>Знает:</i> – современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами. <i>Умеет:</i> – принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий; – применять методы и инструментарий антикризисного управления. <i>Владеет:</i> – методами экономического и финансового анализа.	Оценка за контрольную работу 1 и 2, доклад Оценка за зачет
Раздел 5. Ключевые факторы антикризисного управления	<i>Знает:</i> – современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами <i>Умеет:</i> – принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий; <i>Владеет:</i> – инструментами антикризисного управления.	Контрольный письменный опрос, доклад Оценка за зачет
Раздел 6. Банкротство как инструмент антикризисного управления	<i>Знает:</i> – современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами; – российское законодательство о несостоятельности (банкротстве) организации, процедуры банкротства и последствия их введения. <i>Умеет:</i> – принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий. – применять методы и инструментарий антикризисного управления; <i>Владеет:</i> – нормативно-правовой базой проведения антикризисных преобразований, включая процессы реализации процедур банкротства; – инструментами антикризисного управления.	Контрольный устный опрос, доклад Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Антикризисное управление»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Бизнес-аналитика»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга
А.Э. Бойко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Бизнес-аналитика**» относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области социально-экономической статистики, информационных технологий в менеджменте и бизнес-планирования.

Цель дисциплины заключается в формировании у студентов глубоких знаний и практических навыков в области анализа и визуализации данных, а также в освоении инструментов и технологий бизнес-аналитики (BI) для принятия обоснованных управленческих решений на основе данных.

Задачи дисциплины:

- Сформировать навыки предварительного анализа статистических данных, формулирования бизнес-гипотез на основе описательной статистики;
- Обучить основам базового анализа данных средствами MS Excel и библиотеки pandas языка Python;
- Заложить базис владения BI-системами для визуализации и анализа данных

Дисциплина «**Бизнес-аналитика**» преподается в 5 семестре (очная форма обучения). Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-4.4. Умеет оценивать эффективность бизнес-процессов и проектов ПК-5.6. Умеет выявлять потенциальные точки развития хозяйствующих субъектов в рамках реализации кросс-функциональных процессов или проектов	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- Классификацию статистических данных, критерии для классификации данных, используемых в анализе данных;
- Основные статистические показатели, используемые для анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий.
- Принципы и методы визуализации данных (гистограммы, ящики с усами, круговые диаграммы и т.д.).
- Основные концепции бизнес-аналитики (BI) и их значение для принятия решений на основе данных

Уметь:

- Применять методы анализа одномерных категориальных и количественных данных,
- осуществлять прогнозирование отдельных бизнес-метрик с помощью показателей динамики временных рядов.
- Проводить базовый анализ данных средствами MS Excel.
- Создавать визуализации и дашборды для представления ключевых показателей эффективности (KPIs).
- Проводить анализ данных с использованием BI-систем, включая фильтрацию, агрегацию и другие методы обработки.
- Интерпретировать визуализированные данные и делать выводы, способствующие принятию решений.

Владеть:

- Базовыми методами визуализации категориальных, количественных и временных данных;
- Инструментами MS Excel для анализа данных с помощью сводных таблиц
- Техникой проверки гипотез о различии между средними значениями
- Навыками работы с BI-платформами (Yandex DataLens).
- Умением интегрировать данные из различных источников и формировать отчетность.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81,15
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,11	76	57,15
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	57
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Предварительный анализ статистических данных. Описательная статистика.	34	4	4	-	26
2.	Раздел 2. Базовый анализ данных средствами MS Excel и Pandas.	46	8	8	-	30
3.	Раздел 3. BI-системы для визуализации и анализа данных.	28	4	4	-	20
	ИТОГО	108	16	16		76

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Бизнес-аналитика» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Раздел 1. Предварительный анализ статистических данных. Описательная статистика.

Классификация статистических данных. Классификация данных по числу переменных, по наличию или отсутствию упорядочения во времени, по типу шкалы измерения признака, по способу их получения. Анализ одномерных категориальных (таблицы и гистограммы частот, круговые диаграммы, диаграммы Парето) и количественных данных (группировка данных, вариационный ряд, кумулята). Предварительный анализ временных данных. Базовые показатели динамики временных рядов. Прогнозирование с помощью показателей динамики временных рядов.

Раздел 2. Базовый анализ данных средствами MS Excel.

Импорт и экспорт данных из различных источников (CSV, текстовые файлы, базы данных). Экспорт данных для отчетности и анализа. Логические функции (ЕСЛИ, И, ИЛИ). Работа с текстовыми данными и датами (ЛЕВ, ПРАВ, ДАТА). Частотный анализ данных: построение сводных таблиц; группировка и суммирование данных. Основные статистические показатели (среднее, медиана, мода). Проверка гипотез о различии между средними значениями. Вычисление стандартного отклонения и дисперсии. Общие принципы проверки статистических гипотез на основе частотного распределения ответов. Кросс-табуляция для анализа данных в области маркетинга, социологии, бизнеса.

Раздел 3. BI-системы для визуализации и анализа данных.

Задачи аналитики на базе BI-приложений. Инструменты для комплексной визуализации данных (Yandex DataLens). Подключение к источнику данных. Создание датасетов на основе выбранных подключений. Объединение таблицы (JOIN) для получения модели данных. Создание вычисляемых полей для расчёта новых значений и показателей. Удаление ненужных полей, для очистки данных и уменьшения шума. Фильтрация данных.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	– Классификацию статистических данных, критерии для классификации данных, используемых в анализе данных;	+		
2	– Основные статистические показатели, используемые для анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий.	+		
3	– Принципы и методы визуализации данных (гистограммы, ящики с усами, круговые диаграммы и т.д.).	+		
4	– Основные концепции бизнес-аналитики (BI) и их значение для принятия решений на основе данных			+
	Уметь:			
6	– Применять методы анализа одномерных категориальных и количественных данных,	+		
7	– осуществлять прогнозирование отдельных бизнес-метрик с помощью показателей динамики временных рядов.		+	
8	– Проводить базовый анализ данных средствами MS Excel.		+	
9	– Создавать визуализации и дашборды для представления ключевых показателей эффективности (KPIs).			+
	– Проводить анализ данных с использованием BI-систем, включая фильтрацию, агрегацию и другие методы обработки.			+
	– Интерпретировать визуализированные данные и делать выводы, способствующие принятию решений.	+	+	+
	Владеть:			
10	– Базовыми методами визуализации категориальных, количественных и временных данных;	+		
11	– Инструментами MS Excel для анализа данных с помощью сводных таблиц		+	
12	– Техникой проверки гипотез о различии между средними значениями		+	

	– Навыками работы с BI-платформами (Yandex DataLens).			+
	– Умением интегрировать данные из различных источников и формировать отчетность.		+	+
	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <i>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</i>			
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК		
13	– ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	– ПК-4.4. Умеет оценивать эффективность бизнес-процессов и проектов	+	+
	– ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.6. Умеет выявлять потенциальные точки развития хозяйствующих субъектов в рамках реализации кросс-функциональных процессов или проектов	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Предварительный анализ статистических данных. Описательная статистика.	Визуализация данных средствами библиотеки matplotlib языка Python (выполняется в Google Colab) Отбор данных и описательные статистики (выполняется в Google Colab)	4
2	Раздел 2. Базовый анализ данных средствами MS Excel и Pandas	Группировка данных средствами библиотеки pandas языка Python (выполняется в Google Colab). Построение и настройка параметров гистограмм средствами библиотеки matplotlib языка Python Визуализация бизнес-показателей (выполняется в Google Colab) Проверка статистических гипотез. T-test, T.interval на основе реализованного sentimentного анализа (выполняется в Google Colab, MS Excel)	8
3	Раздел 3. BI-системы для визуализации и анализа данных.	Селектор на основе датасета Yandex DataLens на практике Создание чарт-таблиц в Yandex DataLens	4

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях;
- изучение материалов на профильных сайтах сети интернет.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение двух контрольных работ (максимальная оценка 40 баллов, по 20 баллов за каждую КР), практических заданий (максимальная оценка 60 баллов, шесть практических заданий по 10 баллов).

8.1. Примерная тематика докладов.

Доклады по дисциплине не предусмотрены.

8.2. Примеры контрольных вопросов и заданий для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 2 контрольных работы и 6 практических работ. Максимальная оценка за контрольную работу №1 составляет 20 баллов, за контрольную работу 2 также 20 баллов, также предусмотрено 6 практических заданий по 10 баллов за каждое.

Контрольная работа №1. Проверка статистических гипотез. T-test, t.interval на основе реализованного сентиментного анализа (выполняется в Google Colab). Максимальная оценка 20 баллов.

Загрузим данные из файла sentiment.csv и выведем на экран первые 10 строк датафрейма:

Показатели в файле:

- Text: текст поста;
 - Sentiment: эмоциональная окраска поста (значения Positive и Negative);
 - Timestamp: время публикации поста;
 - User: имя пользователя;
 - Platform: платформа (значения ВК, Дзен, Одноклассники);
 - Hashtags: хэштеги;
 - Retweets: число репостов;
 - Likes: число лайков;
 - Country: страна пользователя;
 - Year: год публикации поста;
 - Month: месяц публикации поста;
 - Day: день публикации поста;
 - Hour: час публикации поста.
1. Выведите описательные статистики для всех числовых столбцов в dat. Выведите описательные статистики для всех текстовых столбцов в dat. Проинтерпретируйте полученные результаты для столбцов Likes, Platform, Sentiment.
 2. Выберите из датафрейма dat строки, которые соответствуют постам, опубликованным в ВК, и сохраните их в датафрейм dat_inst.
 3. Используя данные из датафрейма dat_inst, сгруппируйте посты по их эмоциональной окраске (Positive/Negative) и выведите для каждой группы

описательные статистики для числа лайков. Проинтерпретируйте полученные результаты – обратите особое внимание на средние и стандартные отклонения.

4. Выберите из датафрейма `dat_inst` строки, соответствующие положительно окрашенным постам, и сохраните их в датафрейм `pos`. Выберите из датафрейма `dat_inst` строки, соответствующие отрицательно окрашенным постам, и сохраните их в датафрейм `neg`.
5. Вычислите среднее число лайков у положительно окрашенных постов в `pos`, сохраните его в переменную `pos_average`. Вычислите на основе этой выборки стандартную ошибку среднего и сохраните в переменную `se_pos`. Определите объём выборки и сохраните его в переменную `pos_n`.
6. Постройте 95%-ный доверительный интервал для среднего числа лайков положительно окрашенных постов. Проинтерпретируйте полученный интервал.

Подсказка: функция `t.interval()` из модуля `stats`; на первом месте указывается уровень доверия (в виде вероятности), на втором в аргументе `loc` – среднее, на третьем в аргументе `scale` – стандартная ошибка среднего.

7. Вычислите среднее число лайков у отрицательно окрашенных постов в `neg`, сохраните его в переменную `neg_average`. Вычислите на основе этой выборки стандартную ошибку среднего и сохраните в переменную `se_neg`. Определите объём выборки и сохраните его в переменную `neg_n`.
8. Постройте 95%-ный доверительный интервал для среднего числа лайков отрицательно окрашенных постов. Проинтерпретируйте полученный интервал.
9. Постройте 90%-ный и 99%-ный доверительный интервал для среднего числа лайков отрицательно окрашенных постов. Прокомментируйте полученные результаты.
10. Реализуйте критерий Стьюдента для двух выборок для сравнения среднего числа лайков положительно и отрицательно окрашенных постов. Сформулируйте нулевую и альтернативную гипотезу. Проинтерпретируйте полученные результаты, приняв уровень доверия равным 0.95.

Подсказка: функция `ttest_ind()` из модуля `stats`, на первое место в этой функции ставится первая выборка (список/массив/столбец датафрейма), на второе – вторая выборка.

Контрольная работа №2. Создание чарт-таблиц в Yandex DataLens. Максимальная оценка 20 баллов.

На основе датасета **05.T1 Заказы** нужно создать новый чарт-таблицу. Сразу переместите в **Столбцы** поле **category_name_level_1**.

Создайте новое вычисляемое поле — посчитайте общее количество заказов по этим категориям с помощью функции `COUNTD` и поля **order_id**: `COUNTD([order_id])`.

Поле было названо **Общее количество заказов**. Переместите его также в чарт.

Теперь нужно посчитать количество отменённых заказов — с этим поможет функция `COUNTD_IF` с условием **статус доставки = отменён**: `COUNTD_IF([order_id], [order_order_status] = 'CANCELLED')`

Он будет называться **Количество отменённых заказов**. Также переместите его в чарт.

Выясните долю отменённых заказов от всех заказов. Просто поделите одно поле на другое: `[Количество отменённых заказов] / [Общее количество заказов]`

Назовите это поле **Доля отменённых заказов**. Только вид числа получился не очень наглядным, в виде десятичной дроби. Представить получившееся значение в виде процентов возможно с помощью редактора чартов: нажмите на **#** возле названия измерения/показателя и в настройке **Формат** поставьте переключатель с **Числа** на **Процент**.

Каков результат? Сейчас можно заметить, что больше всего заказов (29.74%) отменялось в категории **Электроника**.

Пример практического задания по разделу №1. Визуализация данных средствами библиотеки matplotlib языка Python (выполняется в Google Colab). Максимальная оценка 10 баллов.

В файле **salaries.csv** сохранены данные по сотрудникам университета в РФ, а именно следующие их характеристики:

rank: должность;

discipline: тип преподаваемой дисциплины (А – теоретическая, В – практическая);

phd: число лет с момента получения ученой степени;

service: число лет опыта работы;

sex: пол;

salary: заработная плата за 9 месяцев, в рублях.

1) Постройте для столбца salary гистограмму и прокомментируйте распределение заработной платы.

Подсказка: метод .plot() с аргументом kind = "hist", за цвет заливки отвечает аргумент color, за цвет границ столбцов – аргумент edgecolor.

2) Постройте для столбца salary сглаженный график плотности распределения и прокомментируйте полученный график.

Подсказка: тот же метод .plot() с аргументом kind = "kde".

3) Постройте для столбца salary ящик с усами и прокомментируйте полученный график.

Подсказка: тот же метод .plot() с аргументом kind = "box".

4) Постройте графики из заданий 1-3 для опыта работы (стажа в годах), сохранённого в столбце service. Прокомментируйте полученные распределения

Пример практического задания по разделу №2. Группировка данных средствами библиотеки pandas языка Python (выполняется в Google Colab). Максимальная оценка 10 баллов.

Для того, чтобы описывать данные и строить графики по группам, необязательно отфильтровывать строки, соответствующие каждой группе, в отдельный датафрейм и работать с каждой группой отдельно. Для базового описания достаточно воспользоваться методом .groupby() библиотеки pandas. Внутри этого метода можно вписать название столбца, на основе которого мы выполняем группировку, а затем из результата группировки через квадратные скобки выбрать столбец или столбцы, которые мы хотим описать или как-то обработать.

Для данных в файле **salaries.csv**:

1) Постройте гистограммы для заработной платы с группировкой по полу – одна гистограмма для сотрудников-женщин, другая – для сотрудников-мужчин.

Подсказка: метод .hist(), применяется ко всему датафрейму, внутри указываем название столбца и основание группировки в аргументе by.

2) Постройте гистограммы для заработной платы с группировкой по типу дисциплины и полу. Всего должно получиться четыре гистограммы.

3) Постройте ящики с усами для опыта работы с группировкой по должности.

Подсказка: метод .boxplot(), применяется ко всему датафрейму, внутри указываем название столбца и основание группировки в аргументе by.

Пример практического задания по разделу №3 Селектор на основе датасета Yandex DataLens на практике. **Максимальная оценка 10 баллов.**

Задача: на основе датасета — **04.T1 Заказы** создать селектор, который позволит фильтровать значения на дашборде по заданному диапазону дат.

Фильтрация по датам — одна из самых популярных. Она помогает отслеживать тенденции, сезонные изменения и оценивать результаты за выбранный период времени. Такой фильтр связан с динамичными данными, поэтому его целесообразно строить на основе датасета.

Чтобы создать любой селектор, первым делом перейдите в режим редактирования дашборда и на панели виджетов выберите **Селектор**:

Далее выберите данные для селектора:

1. Источник — **На основе датасета**.
2. Датасет — **04.T1 Заказы**.
3. Поле — **order_creation_date**.

В зависимости от типа данных выбранного поля будут доступны определённые типы для селектора: Типы полей **Список** и **Поле ввода** доступны для всех типов данных. **Календарь** — только для типов данных **Дата** и **Дата и время**. А **Чекбокс** — только для типа данных **Логический**. Типы данных можно узнать или изменить в датасете.

На панели дашборда появится селектор. Его можно перенести в удобное место. Например, поставьте справа от дашборда, а затем нажмите кнопку Сохранить, чтобы выйти из режима редактирования дашборда.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – зачет (очная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Анализ данных : учебник для вузов / В. С. Мхитарян [и др.] ; под редакцией В. С. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 448 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19964-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560311> (дата обращения: 24.01.2025).

2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговый анализ данных : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 195 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19456-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556492> (дата обращения: 24.01.2025).

Б. Дополнительная литература

1. Миркин, Б. Г. Базовые методы анализа данных : учебник и практикум для вузов / Б. Г. Миркин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 297 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19709-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/556941> (дата обращения: 24.01.2025).

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Фрагменты программного кода с инструкциями в формате .ipynb

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Обучающий курс от Яндекс «DataLens: анализ и визуализация данных».
https://yandex.cloud/ru/training/datalens?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Крупнейшее в мире сообщество специалистов по машинному обучению:
<https://www.kaggle.com/>
- Среда для облачных вычислений Google Colaboratory
<https://colab.research.google.com/?hl=ru>
- <http://economics.ru> Economics.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
- Хендбук Яндекса «Прикладной анализ данных в социальных науках»
<https://education.yandex.ru/handbook/data-analysis>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций.
- файлы с данными для заданий в формате xlsx и csv.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Бизнес-аналитика»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGen uine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от	не	19.05.2024

		11.05.2023 № 19-343К/2023	ограничено, лимит проверок 10000	

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Предварительный анализ статистических данных. Описательная статистика.	<i>Знает:</i> – Классификацию статистических данных, критерии для классификации данных, используемых в анализе данных; – Основные статистические показатели, используемые для анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий. – Принципы и методы визуализации данных (гистограммы, ящики с усами, круговые диаграммы и т.д.). – Интерпретировать визуализированные данные и делать выводы, способствующие принятию решений. <i>Умеет:</i> – Применять методы анализа одномерных категориальных и количественных данных, <i>Владеет:</i> – Базовыми методами визуализации категориальных, количественных и временных данных;	Оценка за практические задания №1, 2
Раздел 2. Базовый анализ данных средствами MS Excel и Pandas	<i>Умеет:</i> – осуществлять прогнозирование отдельных бизнес-метрик с помощью показателей динамики временных рядов. – Проводить базовый анализ данных средствами MS Excel. – Интерпретировать визуализированные данные и делать выводы, способствующие принятию решений. <i>Владеет:</i> – Инструментами MS Excel для анализа данных с помощью сводных таблиц – Техникой проверки гипотез о различии между средними значениями – Умением интегрировать данные из различных источников и формировать отчетность.	Оценка за контрольную работу №1 Оценка за практические задания №3,4,5
Раздел 3. Раздел 3. BI-системы для визуализации и анализа данных	<i>Знает:</i> – Основные концепции бизнес-аналитики (BI) и их значение для принятия решений на основе данных <i>Умеет:</i> – Создавать визуализации и дашборды для представления ключевых показателей эффективности (KPIs). – Проводить анализ данных с использованием	Оценка за контрольную работу №2 Практическое задание №6

	ВІ-систем, включая фильтрацию, агрегацию и другие методы обработки. – Интерпретировать визуализированные данные и делать выводы, способствующие принятию решений. <i>Владеет:</i> – Умением интегрировать данные из различных источников и формировать отчетность.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Бизнес-аналитика»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Бизнес-инжиниринг»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом технических наук, старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга Л.Е. Копыловой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Бизнес-инжиниринг**» относится к вариативной части учебного плана, дисциплине по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и менеджмента.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся систематизированных знаний о методах и средствах управления процессами, применении процессного подхода к управлению организацией, свойствах и метриках процесса, применении системного и структурного анализа, о подходах к описанию процессов деятельности, бизнес-инжиниринге, методах реализации, способах анализа и совершенствования процессов, научить будущих специалистов на практике применять полученные знания в своей профессиональной деятельности, пользоваться арсеналом моделей и методов, выработанным в бизнес-инжиниринге и управлении процессами.

Задачи курса:

- формирование у обучающихся системных знаний в области техник бизнес-анализа;
- ознакомление студентов с инструментальными средствами моделирования бизнес-процессов;
- формирование у студентов навыков составления описания организационной структуры предприятия и бизнес-систем.

Дисциплина «**Бизнес-инжиниринг**» преподается в 7 (очная форма обучения) и 9 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: Организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.4. Умеет оценивать эффективность бизнес-процессов и проектов	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-

(команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.1. Знает методологию процессного управления ПК-5.4. Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов хозяйствующих субъектов ПК-5.6. Умеет выявлять потенциальные точки развития хозяйствующих субъектов в рамках реализации кросс-функциональных процессов или проектов ПК-5.7. Владеет навыком разработка контрольных точек, позволяющих оценивать степень эффективности проекта или процесса ПК-5.8. Владеет навыками оформления результатов анализа функциональных процессов и проектов ПК-5.9. Владеет навыками разработки регламентирующей документации для функциональных процессов и проектов	функционального процесса организации или административного регламента организации.
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический				

Владение современными цифровыми технологиями в контексте управленческой деятельности; Экономический и стратегический анализ для построения прогнозов развития макро- и микросреды бизнеса; Принятие управленческих решений	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 40. Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макро-уровнях в экспертно-аналитических организациях и службах	ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	ПК-8.3. Владеет навыками проведения аналитических исследований хозяйственной деятельности организации	Профессиональные компетенции определяются Организацией на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- теорию бизнес-процессов;
- основы бизнес-инжиниринга и управления процессами;
- методы и инструменты бизнес-инжиниринга и управления процессами;
- методы описания, анализа, оптимизации процессов;
- способы управления процессами.

Уметь:

- характеризовать основные процессы в организации;
- анализировать различные методы управления, эффективность управленческой деятельности, причины, затрудняющие процесс управления;
- анализировать инструментальные средства для бизнес-инжиниринга для выбора, наиболее подходящего для профессиональной деятельности;
- рассматривать и анализировать причины конфликтов и нескоординированности процессов в управленческой системе, пути и методы их разрешения.

Владеть:

- навыками использования методов бизнес-инжиниринга
- навыками оптимизации (совершенствования) и управления процессами.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32	24
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	76	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	76	45
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Эволюция подходов к управлению организацией	16	6	2		8
2.	Раздел 2. Теоретические основы управления процессами.	24	8	4		12
3.	Раздел 3. Бизнес-инжиниринг.	36	10	6		20
4.	Раздел 4. Основы анализа и совершенствования процессов.	32	8	4		20
	ИТОГО	108	16	16	-	60
	Экзамен	36				
	ИТОГО	108				

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Эволюция подходов к управлению организацией. Функциональный и процессный подходы к управлению организацией.

Предмет бизнес-инжиниринга и управления процессами. Связь данной дисциплины с другими дисциплинами и науками, исследующими управление и организации. Задачи и функции бизнес-инжиниринга и управления процессами.

Эволюция бизнеса. Функциональный подход к управлению организацией. Функционально-ориентированная организация. Предпосылки создания. Достоинства и недостатки. Необходимость новых подходов в организации деятельности предприятия.

Процессный подход к управлению организацией. Процессно-ориентированная организация. Достоинства и недостатки. Соотношение функционального и процессного подходов. Отражение процессного подхода в международных стандартах. Системы менеджмента.

Раздел 2. Теоретические основы управления процессами. Системный и структурный подходы к анализу организации.

Понятие и свойства процесса (бизнес-процесса). Классификация процессов. Определения процесса различных школ. Задание процесса как объекта управления. Свойства бизнес-процесса. Классификация процессов. Цикл управления процессами.

Основные элементы процесса и его результативность. Основные элементы процесса и его окружение. Владелец процесса. Цели процесса. Определение границ и интерфейсов. Определение входов и выходов процессов. Ресурсное окружение процесса. Документирование процесса. Ключевые показатели результативности процесса. Контрольные точки для измерений. Мониторинг процесса.

Эталонные и референтные модели. 6-ти и 13-ти процессные эталонные модели. Эталонная модель для ИТ по ИСО/МЭК ТО 15504. Отраслевые модели-прототипы бизнес-процессов. Построение деятельности ИТ-подразделения в соответствии с процессным подходом и требованиями стандарта ITIL.

Системный и структурный анализ организации. Системный анализ. Основные понятия. Рассмотрение организации как системы. Структурный анализ. Структуры системы и ее свойства. Структурный объект и связь. Детализация структурного объекта. Принципы структурного анализа.

Раздел 3. Бизнес-инжиниринг. Описание процессов деятельности. Реализация процессов. Понятие бизнес-инжиниринга. Общие принципы моделирования. Моделирование деятельности и моделирование процессов. Общие принципы бизнес-инжиниринга. Уровни описания. Методологии бизнес-инжиниринга. Общие принципы моделирования деятельности. Эволюция развития методологий описания.

Методологии бизнес-инжиниринга и CASE-средства. Методологии SADT, DFD, ARIS, UML. Сравнительный анализ методологий моделирования. Требования к инструментальным системам для моделирования бизнеса. Инструментальные системы моделирования процессов и их возможности. Позиционирование и сравнительный анализ различных инструментальных систем в классе графических систем описания деятельности. Подходы к описанию процессов. Принципы выделения бизнес-процессов. Ресурсное окружение процессов на разных уровнях описания. Проблема целостного описания бизнес-процессов. Подходы к описанию организационной структуры. Подходы к описанию предметных областей деятельности организации (цели, продукты, ИТ-системы, документы, данные, материальные и производственные ресурсы, знания и полномочия).

Информационная инфраструктура процессов. Обзор информационных технологий, используемых при управлении процессами. Workflow (определение, основные понятия, компоненты, технология, классификация систем). Выбор и внедрение информационной системы (ИС). Поддержка бизнес-процессов. Подходы к выбору ИС предприятия.

Определение автоматизируемых бизнес-процессов предприятия. Критерии оценки ИС. Внедрение информационных систем. Процессно-ориентированное внедрение ИС. Этапы внедрения ИС. Документирование проекта внедрения ИС. Аудит внедрения ИС. Управление знаниями и управление документами. Технологии управления знаниями. Системы управления знаниями. Документы в бизнес-процессах. Технологии управления документами. Прикладные задачи в системах управления документами

Раздел 4. Основы анализа и совершенствования процессов. Система управления процессами.

Анализ процесса. Методы анализа процесса. Исходные предпосылки анализа процессов. Методы анализа процессов. Логический анализ, в том числе топология процесса. Соблюдение методологии описания. Ошибки процесса. Анализ характеристик процесса (анализ данных мониторинга). Имитационное моделирование. Моделирование временных характеристик процесса и параметров ресурсов (анализ динамики выполнения процесса). Контроллинг и мониторинг процессов. Понятие о метрике процесса. Количественные и качественные метрики. Ключевые показатели результативности. Ключевые показатели результативности результата и ключевые показатели результативности процесса. Выбор метрик процессов, подлежащих измерению. Измерение параметров и характеристик процессов. Индикаторы показателей.

Совершенствование и реинжиниринг процессов. Совершенствование процессов (business process improvement). Реинжиниринг (business process reengineering). Описание процессов деятельности «как есть». Выбор процессов для оптимизации. Моделирование процессов деятельности «как должно быть». Управление изменениями. Система управления процессами. Ведение проектов по совершенствованию деятельности. Зрелые и незрелые организации. Зрелость процесса.

Система управления процессами. Принципы построения системы управления процессами. Этапы построения системы управления процессами. Администрирование системы управления процессами. Ролевые позиции системы управления процессами. Система нормативных документов системы управления процессами. Механизмы системы управления процессами. Внедрение системы процессного управления.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:				
1	– теорию бизнес-процессов;	+			
2	– основы бизнес-инжиниринга и управления процессами;	+	+	+	
3	– методы и инструменты бизнес-инжиниринга и управления процессами;		+	+	+
4	– методы описания, анализа, оптимизации процессов;			+	
5	– способы управления процессами.			+	+
	Уметь:				
6	– характеризовать основные процессы в организации;	+	+		
7	– анализировать различные методы управления, эффективность управленческой деятельности, причины, затрудняющие процесс управления;		+	+	+
8	– анализировать инструментальные средства для бизнес-инжиниринга для выбора, наиболее подходящего для профессиональной деятельности;			+	+
9	– рассматривать и анализировать причины конфликтов и несоординированности процессов в управленческой системе, пути и методы их разрешения.	+		+	+
	Владеть:				
10	– навыками использования методов бизнес-инжиниринга;		+	+	+
11	– навыками оптимизации (совершенствования) и управления процессами.		+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
12	– ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	– ПК-4.4. Умеет оценивать эффективность бизнес-процессов и проектов			+
13	– ПК-5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.1. Знает методологию процессного управления	+	+	+

		– ПК-5.4. Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов хозяйствующих субъектов			+	+
		– ПК-5.6. Умеет выявлять потенциальные точки развития хозяйствующих субъектов в рамках реализации кросс-функциональных процессов или проектов			+	+
		– ПК-5.7. Владеет навыком разработка контрольных точек, позволяющих оценивать степень эффективности проекта или процесса			+	+
		– ПК-5.8. Владеет навыками оформления результатов анализа функциональных процессов – и проектов			+	+
		– ПК-5.9. Владеет навыками разработки регламентирующей документации для функциональных процессов и проектов		+	+	+
14	– ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	– ПК-8.3. Владеет навыками проведения аналитических исследований хозяйственной деятельности организации	+			+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Эволюция подходов к управлению организацией	Техники сбора информации о моделируемом процессе.	2
2	Раздел 2. Теоретические основы управления процессами.	Подходы к идентификации бизнес-процессов. Моделирование организационной структуры.	4
3	Раздел 3. Бизнес-инжиниринг.	Техники бизнес-анализа. Структура отчета об обследовании организации. Выявление проблем в деятельности предприятия. Предложение решения по улучшению.	6
4	Раздел 4. Основы анализа и совершенствования процессов.	Сравнение бизнес-моделей организаций. Критерии для сравнения.	4

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 40 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 20 баллов), и оценки за *экзамен* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Выполнение реферативно-аналитической работы в рамках дисциплины не предусмотрено.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 4 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 10 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 5 баллов за вопрос. Проводится в форме устного опроса.

1. Дайте определение бизнес-процесса.
2. Кто является клиентами внутренних бизнес-процессов?
3. Кто является клиентами внешних бизнес-процессов?
4. Что такое процессное «плечо» оргструктуры?
5. Процессное «плечо» оргструктуры включает в себя какие бизнес-роли?
6. Перечислите свойства бизнес-процесса.
7. Что включает в себя система бизнес-процессов предприятия?
8. Какие классификации бизнес-процессов знаете?
9. Что такое идентификация системы бизнес-процессов?
10. Каковы принципы построения системы управления бизнес-процессами (СУБП)?
11. Перечислите принципы организации СУБП
12. Что такое инжиниринговые средства УБП
13. Политика описания бизнес-процессов.
14. Варианты развития бизнес-процессов организации.
15. Владелец бизнес-процесса, границы бизнес-процесса, зона ответственности.
16. Матрица ответственности бизнес-процесса.
17. Декомпозиция модели бизнес-процессов верхнего уровня.
18. Правила разработки классификатора функций.
19. Направления использования модели процессов верхнего уровня.
20. Детализированное моделирование бизнес-процессов.
21. Вопросы, которые интересуют пользователей при моделировании процессов.
22. Определение бизнес-процессов.
23. Последовательность моделирования бизнес-процесса.
24. Выбор фокуса, цели моделирования процесса, последовательность моделирование бизнес-процесса.
25. Декомпозиция, вложенные бизнес-процессы.
26. Описание потоков, оргструктура бизнес-процесса.
27. Основные недостатки применения структурного подхода к организации и управлению финансово- хозяйственной деятельностью.
28. Содержание процессного подхода к организации и управлению деятельностью предприятием.
29. Определение бизнес-процесса.
30. Методология описания бизнес-процессов.
31. Понятие «сеть бизнес-процессов организации».

32. Термины и определения процессного подхода к управлению. Процессный подход и современные системы управления организацией.
33. Цели построения системы процессов организации.
34. Оптимизация бизнес-модели организации.
35. Базовые принципы построения системы процессов.
36. На основе чего осуществляется анализ бизнес-процессов?
37. результатах имитационного моделирования;
38. Какие данные, собранные во время выполнения бизнес-процесса, можете назвать?
39. Какие данные о структуре процесса можете назвать?
40. Что включает стратегический анализ и планирование бизнес-процессов?
41. Что позволяет выявить анализ бизнес-процессов?
42. Как осуществляется оперативное управление бизнес-процессами на основе моделей в BPMS?
43. Какие методы анализа бизнес-процессов знаете?
44. Опишите методологию ARIS.
45. Как методология ARIS рассматривает деятельность организации?
46. Назовите назначение процессных моделей в ARIS?
47. Каково назначение репозитория в ARIS?
48. Перечислите инструменты моделирования и анализа бизнес-процессов.
49. Перечислите инструменты процессного анализа бизнеса.
50. Перечислите инструментарий комплексного управления бизнес-процессами – BPMS.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 5 баллов за вопрос. Проводится в форме устного опроса.

1. Что такое реинжиниринг бизнес-процессов?
2. Кто вовлечен в реинжиниринг бизнес-процессов?
3. Укажите ключевые факторы успеха реинжиниринга бизнес-процессов.
4. Что означает принцип «горизонтального сжатия процесса»?
5. Что означает принцип «вертикального сжатия процесса»?
6. Как осуществляется внедрение процессного подхода на предприятии?
7. Что такое цикл совершенствования бизнес-процессов?
8. Какие основные этапы совершенствования бизнес-процессов существуют?
9. Какие основные задачи совершенствования бизнес-процессов существуют?
10. Классификация методик анализа бизнес-процессов.
11. Качественный анализ бизнес-процессов
12. Количественный анализ бизнес-процессов.
13. Вычисление стоимостных затрат бизнес-процессов.
14. Технология функционально-стоимостного анализа бизнес-процессов.
15. Технология динамического анализа бизнес-процессов.
16. Критерии динамического анализа эффективности организации бизнес-процессов.
17. Инструментальные средства динамического анализа организации бизнес-процессов
18. Сценарии динамического анализа организации бизнес-процесса.
19. Основные концепции построения системы учета и контроля исполнения бизнес-процессов
20. Совершенствование бизнес-процессов.
21. Инструменты совершенствования процессов
22. Этапы реинжиниринга бизнес-процессов: постановка проблемы и выделение базовых бизнес-процессов.

23. Обратный и прямой инжиниринг, реализация и внедрение проекта.
24. Участники проекта реинжиниринга бизнес-процессов: лидер проекта, регламентирующий комитет, методологический центр, команды реинжиниринга, менеджеры процессов.
25. Состав и функции команд реинжиниринга бизнес-процессов.
26. Методика формирования моделей бизнес-процессов верхнего уровня.
27. Методика проверки адекватности моделей бизнес-процессов.
28. Методика детального описания бизнес-процессов.
29. Методики анализа бизнес-процессов.
30. Анализ проблем процесса: выделение проблемных областей.
31. Диаграммы причинно-следственного анализа Исикавы (так называемые «рыбьи кости»).
32. Анализ системы управления процессами.
33. Ранжирование процессов на основе субъективной оценки.
34. Анализ процессов по отношению к типовым требованиям.
35. Визуальный анализ графических схем процесса.
36. Измерение и анализ показателей процесса.
37. Этапы типового проекта моделирования и реорганизации бизнес-процесса организации.
38. Типы клиентов бизнес-процесса.
39. Общие показатели оценки эффективности бизнес-процессов.
40. Моделирование бизнес-процессов как эффективное средство поиска путей оптимизации деятельности компании.
41. Реинжиниринг бизнес-процессов.
42. Классы бизнес-процессов.
43. Этапы описания бизнес-процессов
44. Дерево бизнес-процессов компании.
45. Основные этапы реинжиниринга.
46. Показатели эффективности бизнес-процессов.
47. Эволюционный реинжиниринг.
48. Револьюционный реинжиниринг.
49. Основные принципы реинжиниринга бизнес-процессов
50. Регламентация бизнес-процессов.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 5 баллов за вопрос. Проводится в форме устного опроса.

1. Какая работа осуществляется на этапе идентификации бизнес-процессов?
2. Что такое обратный инжиниринг?
3. Что такое прямой инжиниринг?
4. Какие работы выполняются на этапе реализации проекта РБП?
5. Какие работы выполняются на этапе внедрения проекта РБП?
6. Что должны отражать модели процесса?
7. Как проходит анализ бизнес-процессов?
8. Как проходит оптимизация бизнес-процессов?
9. Как происходит проектирование бизнес-процессов?
10. Как происходит внедрение бизнес-процессов?
11. Что означает оперативное управление бизнес-процессов?
12. Важнейшие элементы системы стандартизации бизнес-процессов.
13. Процедура (методика) управления нормативно-методическими документами (НМД) внутреннего происхождения.
14. Автоматизация бизнес-процессов.
15. Процессы и закон Сарбэйнса-Оксли.

16. Зрелость бизнес-процессов.
17. Проблематика управления бизнес-процессами.
18. Выделение бизнес-процессов и назначение их владельцев.
19. Определение выходов и входов процесса, ресурсов бизнес-процесса.
20. Базовые принципы регламентации бизнес-процессов.
21. Регламентация бизнес-процессов на различных уровнях управления.
22. Методика регламентации бизнес-процессов.
23. Регламентация типовых бизнес-процессов организации.
24. Регламентация деятельности структурных подразделений.
25. Регламентация бизнес-процессов на операционном уровне.
26. Документы, регламентирующие поведение бизнес-процесса.
27. Показатели бизнес-процесса. Показатели продукта.
28. Показатели эффективности процесса.
29. Информация о ходе бизнес-процесса и общие требования к ней.
30. Представление информации о ходе бизнес-процесса.
31. Документирование управления бизнес-процессом. Корректирующие и предупреждающие действия.
32. Что предусматривает инжиниринг бизнес-процессов?
33. На каком принципе основан процессный подход к управлению?
34. В соответствии с чем ведется управление при процессном подходе?
35. Что включает в себя методология стратегического планирования?
36. Что включает в себя методология стратегического планирования и контроллинга на основе сбалансированной системы показателей?
37. Какие методы оценки и проектирования системы бизнес-процессов на основе стратегии предприятия знаете?
38. На каких этапах проводится статическое моделирование процессов?
39. На каких этапах проводится динамическое моделирование процессов?
40. Что должны отражать модели процесса?
41. Что такое структурное моделирование?
42. В чем заключается принцип структурного моделирования бизнес-процессов?
43. Как моделируют бизнес-процессы?
44. Какие подходы к моделированию бизнес-процессов знаете?
45. Опишите методологию моделирования ARIS.
46. Предварительный анализ бизнес-процессов на основе моделей как проводят?
47. Что такое имитационное моделирование бизнес-процессов?
48. Что включает функционально-стоимостной анализ бизнес-процессов?
49. Какие подходы к внедрению бизнес-процессов знаете?
50. Как построить систему контроллинга бизнес-процессов на основе регламентов?

Раздел 4. Примеры вопросов к контрольной работе № 4. Контрольная работа содержит 1 вопрос, оцениваемый в 10 баллов. Проводится в форме устного опроса.

Примерные темы рефератов:

1. Классификация методик анализа бизнес-процессов
2. Качественный анализ бизнес-процессов
3. Количественный анализ бизнес-процессов.
4. Назначение функционально-стоимостного анализа
5. Вычисление стоимостных затрат бизнес-процессов
6. Технология функционально-стоимостного анализа бизнес-процессов
7. Технология динамического анализа бизнес-процессов.
8. Критерии динамического анализа эффективности организации бизнес-процессов.
9. Инструментальные средства динамического анализа организации бизнес-процессов.

10. Сценарии динамического анализа организации бизнес-процесса.
11. Основные концепции построения системы учета и контроля исполнения бизнес-процессов
12. Совершенствование бизнес-процессов.
13. Инструменты совершенствования процессов.
14. Этапы реинжиниринга бизнес-процессов: постановка проблемы и выделение базовых бизнес-процессов, обратный и прямой инжиниринг, реализация и внедрение проекта.
15. Участники проекта реинжиниринга бизнес-процессов: лидер проекта, регламентирующий комитет, методологический центр, команды реинжиниринга, менеджеры процессов.
16. Состав и функции команд реинжиниринга бизнес-процессов.
17. Теории процессного управления.
18. Модели и инструменты, используемые для описания бизнес-процессов.
19. Классификация методик анализа бизнес-процессов.
20. Качественный анализ бизнес-процессов.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (7 семестр – экзамен (очная форма), 9 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

1. Количественный анализ бизнес-процессов.
2. Анализ проблем процесса: выделение проблемных областей.
3. Ранжирование процессов на основе субъективной оценки.
4. Анализ процесса по отношению к типовым требованиям.
5. Инструменты совершенствования процессов
6. Особенности подготовки и реализации проектов управления бизнес-процессами.
7. Пошаговое выделение процессов в организации.
8. Вертикальное и горизонтальное описание бизнес-процессов.
9. Сегментированное управление бизнес-процессами.
10. Анализ и оптимизация бизнес-процессов.
11. Показатели качества бизнес-процессов.
12. Основные этапы моделирования бизнес-процессов.
13. Двойственность управления: функциональная и процессная организация
14. Организационная структура управления предприятием в среде информационных технологий.
15. Управленческие процессы и их влияние на организационную структуру аппарата управления предприятия.
16. Процессное управление и разработка архитектуры предприятия.
39. Бизнес-процессы в архитектуре предприятия.
17. Определение бизнес-процесса как базовой категории управления предприятием.
18. Классификация бизнес-процессов.
19. Бизнес-процесс как совокупность бизнес-функций, бизнес - операций и бизнес-правил.
20. Роль и место бизнес-процессов в архитектуре предприятия.
21. Формализация бизнес-процессов.
22. Технологию моделирования бизнес-процессов.
23. Цели моделирования деятельности организации в системах автоматизации: управления.
24. Компетенции и требования к квалификации бизнес-аналитиков.
25. Методология структурного анализа SADT (Structured Analysis and Design Technique) бизнес-процессов.

26. Способы совершенствования бизнес-процессов.
27. Этапы управления бизнес-процессами: Планирование, анализ, контроль и мониторинг бизнес-процессов.
28. Причины необходимости улучшения бизнес-процессов (виды изменений).
29. Различие понятий улучшения и реинжиниринга бизнес-процессов.
30. Цели и задачи стоимостного анализа функций.
31. Моделирование бизнес-процессов.
32. Основные классы моделей бизнеса: статические и динамические модели.
33. Характеристика статических моделей бизнеса: основные направления применения и примеры.
34. Характеристика динамических моделей бизнеса: основные направления применения и примеры в логистике.
35. Задачи и основные области моделирования бизнес-процессов при совершенствовании логистических систем.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Экзамен по дисциплине «*Бизнес-инжиниринг*» проводится в 7 семестре по очной форме обучения и в 9 семестре по очно-заочной форме обучения и включает контрольные вопросы по разделам дисциплины. Билет *экзамена* состоит из 2 вопросов. Ответы на вопросы *экзамена* оцениваются из максимальной оценки 40 баллов следующим образом: максимальное количество баллов за первый вопрос – 20 баллов, второй – 20 баллов.

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» Зав.кафедрой менеджмента и маркетинга _____ Д.С. Лопаткин «__» _____ 2022г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 - Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации»
Бизнес-инжиниринг	
Билет № 13	
1. Анализ и оптимизация бизнес-процессов.	
2. Моделирования бизнес-процессов.	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Информационные системы управления производственной компанией : учебник и практикум для вузов / под редакцией Н. Н. Лычкиной. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00764-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489408>

2. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05048-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489260>

3. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09385-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494859>

Б. Дополнительная литература

1. Долганова, О. И. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для вузов / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова ; под редакцией О. И. Долгановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 289 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00866-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489496>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Проблемы информационной безопасности. Компьютерные системы». ISSN: 2071-8217
- Журнал «Информационные технологии». ISSN: 1684-6400
- Журнал «Информационное общество». ISSN: 1606-1330

- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.ariscommunity.com/group/russian-aris-blog> - ARIS BPM Community: Business process management discussions, news and articles (Русскоязычный BPM-блог)
- <http://www.bpms.ru/> - Business Process Management (BPM) - программы для управления бизнес процессами, процессное управление, автоматизация бизнес-процессов
- <http://www.ids-scheer.ru/> - SoftwareAG, компания-производитель инструментария для управления бизнес-процессов, консалтинг в области процессного управления
- <http://www.aris-portal.ru/> - Портал по методологии и программному обеспечению ARIS
- <http://www.ideinfo.ru/> - Все о технологиях системного проектирования и бизнесмоделирования
- <http://www.gensym.com/> - компания Gensym, производитель системы имитационного анализа бизнес-процессов ReThink
- <http://www.tora-centre.ru> - компания ТОРА Центр
- <http://www.it.ru> - компания АйТи
- <http://bigc.ru/> - компания Бизнес Инжиниринг Групп
- <http://www.betec.ru/> - компания "Бизнес-инжиниринговые технологии": Консалтинг. Бизнес-семинары

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Бизнес-инжиниринг*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Эволюция подходов к управлению организацией	<i>Знает:</i> – теорию бизнес-процессов; – основы бизнес-инжиниринга и управления процессами; <i>Умеет:</i> – характеризовать основные процессы в организации. – рассматривать и анализировать причины конфликтов и несоординированности процессов в управленческой системе, пути и методы их разрешения.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>
Раздел 2. Теоретические основы управления процессами.	<i>Знает:</i> – основы бизнес-инжиниринга и управления процессами; – методы и инструменты бизнес-инжиниринга и управления процессами. <i>Умеет:</i> – характеризовать основные процессы в организации; – анализировать различные методы управления, эффективность управленческой деятельности, причины, затрудняющие процесс управления; <i>Владеет:</i> – навыками использования методов бизнес-инжиниринга – навыками оптимизации (совершенствования) и управления процессами.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>
Раздел 3. Бизнес-инжиниринг.	<i>Знает:</i> – основы бизнес-инжиниринга и управления процессами; – методы и инструменты бизнес-инжиниринга и управления процессами; – методы описания, анализа, оптимизации процессов; – способы управления процессами. <i>Умеет:</i> – анализировать различные методы управления, эффективность управленческой деятельности, причины, затрудняющие процесс управления;	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>

	– анализировать инструментальные средства для бизнес-инжиниринга для выбора, наиболее подходящего для профессиональной деятельности; – рассматривать и анализировать причины конфликтов и нескоординированности процессов в управленческой системе, пути и методы их разрешения. <i>Владеет:</i> – навыками использования методов бизнес-инжиниринга – навыками оптимизации (совершенствования) и управления процессами.	
Раздел 4. Основы анализа и совершенствования процессов.	<i>Знает:</i> – методы и инструменты бизнес-инжиниринга и управления процессами; – способы управления процессами. <i>Умеет:</i> – анализировать различные методы управления, эффективность управленческой деятельности, причины, затрудняющие процесс управления; – анализировать инструментальные средства для бизнес-инжиниринга для выбора, наиболее подходящего для профессиональной деятельности; – рассматривать и анализировать причины конфликтов и нескоординированности процессов в управленческой системе, пути и методы их разрешения. <i>Владеет:</i> – навыками использования методов бизнес-инжиниринга – навыками оптимизации (совершенствования) и управления процессами.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за экзамен

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Бизнес-инжиниринг»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Бизнес-планирование»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга Е.А. Хачатуровым-Тавризяном.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«16» мая 2023 г., протокол № 10

Согласовано  Л.Ю. Калинина

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Бизнес-планирование»** относится к вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области менеджмента и маркетинга и тесно связано с изучением финансовых дисциплин и стратегического менеджмента.

Цель дисциплины – получить базовые знания в области теории, методологии и методов бизнес-планирования, выработать практические навыки и сформировать компетенции по разработке бизнес-плана, освоить современные информационные технологии по разработке бизнес-плана.

Задачи дисциплины:

- изучить теорию и практику бизнес-планирования в условиях рынка; виды бизнес-планов и цели их разработки;
- усвоить логику и методику составления бизнес-плана предприятия, а также методику разработки типовых разделов бизнес-плана.
- научиться соизмерять свои производственные и финансовые возможности с условиями рыночной среды;
- составлять, корректировать планы и контролировать их выполнение.
- развить логический подход к планированию, умение обобщать, выделять главное, использовать стратегическое мышление, развить способность достигать поставленных целей.

Дисциплина **«Бизнес-планирование»** преподается в 6 семестре (очная форма обучения) и в 9 семестре (очно-заочная форма обучения). Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.2. Знает основы расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6.

управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне	Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК- 5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей	Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

подразделения и рабочей команды (группы).				
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический				

Владение современными цифровыми технологиями в контексте управленческой деятельности; Экономический и стратегический анализ для построения прогнозов развития макро- и микросреды бизнеса; Принятие управленческих решений	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 40. Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макро- уровнях в экспертно-аналитических организациях и службах	ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	ПК-8.2. Умеет аккумулировать и представлять результаты аудита хозяйственной деятельности организации	Профессиональные компетенции определяются Организацией на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные понятия, методологию и организацию процесса бизнес-планирования;
- основные методы и инструменты планирования и прогнозирования в бизнесе;
- методы анализа и оценки экономической эффективности проектов;
- современные информационные технологии в бизнес-планировании.

Уметь:

- собирать, оценивать, обрабатывать, проводить анализ и использовать информацию из разных источников;
- использовать технологию бизнес-планирования для разработки разделов бизнес-плана применительно к конкретным ситуациям современного российского бизнеса.

Владеть:

- методами поиска и формулировки бизнес-идей;
- методами разработки бизнес-планов создания нового бизнеса и развития организаций;
- методами финансового планирования, оценки экономической эффективности проектов;
- методами использования аналитических систем для разработки бизнес-планов и оценки экономической эффективности проектов.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,1	40	30
Контактная самостоятельная работа	1,1	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8	29,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,33	48	36
Контактная самостоятельная работа	1,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		47,8	35,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Организация планирования бизнеса	32	6	6	-	20
1.1.	Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи	9	2	2	-	5
1.2.	Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы.	9	2	2	-	5
1.3.	Организация планирования бизнеса.	7	1	1	-	5
1.4.	Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом.	7	1	1	-	5
2.	Раздел 2. Ключевые разделы типового бизнес-плана	40	10	10	-	20
2.1.	Аналитические разделы типового бизнес-плана	9	2	2	-	5
2.2.	Ключевые разделы типового бизнес-плана	9	2	2	-	5
2.3.	Основные элементы бизнес-планирования	9	2	2	-	5
2.4.	Технология бизнес-планирования	6	2	2	-	2
2.5.	Управленческий бизнес-план	4	1	1	-	2
2.6.	Бизнес-планы проектов и решения практических задач управления бизнесом	4	1	1	-	1
	ИТОГО	72	16	16	-	40

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Организация планирования бизнеса	33	6	3	-	24
1.1.	Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи	9	2	1	-	6
1.2.	Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы.	8	2	1	-	5
1.3.	Организация планирования бизнеса.	8	1	0,5	-	6,5
1.4.	Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом.	8	1	0,5	-	6,5
2.	Раздел 2. Ключевые разделы типового бизнес-плана	39	10	5	-	24
2.1.	Аналитические разделы типового бизнес-плана	8	2	1	-	5
2.2.	Ключевые разделы типового бизнес-плана	8	2	1	-	5
2.3.	Основные элементы бизнес-планирования	8	2	1	-	5
2.4.	Технология бизнес-планирования	7	2	1	-	4
2.5.	Управленческий бизнес-план	4	1	0,5	-	2,5
2.6.	Бизнес-планы проектов и решения практических задач управления бизнесом	4	1	0,5	-	2,5
	ИТОГО	72	16	8	-	48

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Организация планирования бизнеса

1.1. Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи.

Понятие предпринимательской идеи. Банк идей. Этапы разработки и реализации предпринимательской идеи: генерирование идеи, деловое проектирование, подготовка бизнес-плана, принятие предпринимательского решения, управление предпринимательским проектом; реализация проекта.

Понятие бизнес-плана. Его общая характеристика. Цели составления бизнес-плана.

Примерный состав и структура разделов, наиболее часто встречающихся в бизнес-планах.

1.2. Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы.

Цели и планы в бизнес-организации. Их уровни и значение.

Этапы и сущность планирования бизнеса. Предмет и объект планирования. Бизнес - процессы и бизнес - проекты. Внутрифирменное планирование: стратегическое (перспективное); среднесрочное (бизнес-планирование), текущее (тактическое).

Особенности бизнес-планирования как формы планирования. Назначение бизнес-планирования. Бизнес-план как рабочий инструмент для управления предприятием и контроля за его деятельностью

1.3. Организация планирования бизнеса.

Масштаб и уровни бизнес-планирования. Система бизнес-планирования в крупных фирмах: корпоративный уровень и уровень отдельных подразделений (стратегических бизнес-единиц).

Система бизнес-планирования в малых фирмах. Ее основные особенности, планирование бизнеса на различных стадиях развития малого (среднего) предприятия: начинающее, уцелевшее, стабильное, расширяющееся. Цикл бизнес-планирования в малом (среднем) предприятии.

Организация системы бизнес-планирования. Характеристика органов планирования. Новые функции плановых служб. Коллективный подход к планированию бизнеса. Механизм планирования бизнеса.

Информационные технологии в системе планирования бизнеса. Диагностика. Формирование стратегии. Планирование. Контроль.

1.4. Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом.

Функции бизнес-плана при управлении бизнесом. Управление текущей деятельностью и развитием предприятия. Управленческий бизнес-план. Управление предприятием. Принятие разовых решений по отдельным вопросам управления.

Типология бизнес-планов: управленческие; бизнес-планы проектов; разовые бизнес-планы. Ключевые компоненты типового бизнес-плана: анализ окружающей среды и полное описание стратегии работы компании или реализации проекта в окружающей среде.

Анализ внешней бизнес-среды. Макросреда или среда косвенного воздействия. Микросреда или среда прямого воздействия.

Техника анализа внешней среды. Анализ внутренней среды. Потенциал предприятия и его основные блоки: товарный, технический, кадровый, финансовый, информационный.

Пример анализа внешней и внутренней среды. Описание стратегии деятельности компании (реализации проекта).

Раздел 2. Ключевые разделы типового бизнес-плана

2.1. Аналитические разделы типового бизнес-плана.

Виды разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения.

Титульный лист, оглавление, меморандум конфиденциальности, резюме.

История бизнеса организации (описание отрасли, характеристика объекта бизнеса организации).

Правовой статус организации (юридический план). Организация и управление. Анализ финансового состояния организации. Анализ бизнес-среды организации.

Анализ рынка и конкуренции. Описание рынка. Маркетинговые мероприятия и решения, принимаемые фирмой-производителем. Направления исследования рынка. Стратегия маркетинга. Жизненный цикл продаж. Затраты на маркетинг.

Описание отрасли. Описание целевого рынка. Конкуренция.

2.2. Ключевые разделы типового бизнес-плана.

Маркетинговый план. Его структура и содержание. Определение спроса и возможностей рынка. Стратегия маркетинга. Маркетинг-микс. Определение ценовой стратегии.

Операционный план. Производство. Закупки и дистрибуция.

Производственный план. Производственная программа предприятия. Планируемый объем продаж. Потребности в основных фондах. Расчет потребности в ресурсах. Расчет потребности в персонале и заработной плате. Потребность в инвестициях. Исследовательские и внедренческие разработки.

Организационный план. Разработка организационной структуры фирмы. Функциональная, дивизиональная, командная структуры.

Финансовый план. Его основные разделы: инвестиционная политика; управление оборотным капиталом, дивидендная политика; ставка дисконтирования; финансовые прогнозы; учетная политика; система управленческого контроля.

Оценка и страхование риска. Хеджирование. Анализ риска. Основы финансового риска.

2.3. Основные элементы бизнес-планирования.

Стратегическое и инвестиционное планирование. Понятие, экономическое содержание и основные элементы стратегического планирования. Понятие и классификация стратегической цели организации (предприятия). Цели и стратегии реализации проектов. Инвестиционный план (проект). Его цель и основные задачи.

Структура и содержание стандартного бизнес-плана инвестиционного проекта. Финансовое планирование. Источники информации для составления финансового плана.

Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования. План движения денежных средств. План прибыли и убытков. План распределения прибыли. Балансовый план.

Требования к основным документам финансового плана. Международные стандарты финансовой отчетности. Технология финансового планирования. Стратегии финансового проекта.

2.4. Технология бизнес-планирования.

Моделирование бизнес-процессов. Основные технологии продукции бизнес-планирования.

Заказчики и разработчики бизнес-планов. Два подхода к разработке бизнес-плана.

Техническое задание и календарный план (график работ) на разработку бизнес-плана.

Виды моделей, применяемых при бизнес-планировании. Модели бизнеса и их отличие от стратегий бизнеса.

Особенности разработки моделей бизнес-процессов (материальных, информационных и финансовых потоков). Бизнес-процессы. Проект.

2.5. Управленческий бизнес-план.

Сущность и назначение управленческого бизнес-плана. Функции его.

Структура и содержание управленческого бизнес-плана. Отличие его от типового бизнес-плана.

Общая схема разработки, структура и содержание типового управленческого бизнес-плана.

Общий план производства. Текущее состояние предприятия. Постановка целей компании.

Постановка целей подразделения. Возможные расхождения между текущим и желаемым состоянием компании.

Составление планов подразделений. План продаж. Маркетинговый план. Операционный план. План производства. План закупок, в том числе план основных закупок. План по персоналу. Финансовый план.

Контроль выполнения и корректировка бизнес-плана. Содержание системы контроля и корректировка. Использование возможностей компьютера при разработке бизнес-плана.

2.6. Бизнес-планы проектов и решения практических задач управления бизнесом.

Бизнес-проект как инновационный замысел. Бизнес-проект. Бизнес-идея. Разработка и реализация идеи. Классификация бизнес-проектов.

Особенности составления различных видов бизнес-планов проектов. Бизнес-план инновационного проекта. Его разделы. Характеристика товара (услуг). Оценка рынка. Возможности (план) производства. Организация реализации проекта. Финансовый план. Составление бизнес-плана инвестиционного проекта с учетом международных стандартов. Бизнес-планы для решения практических задач управления бизнесом (целевые бизнес-планы). Основные направления использования целевых бизнес-планов: антикризисное планирование; планирование совместной деятельности; планирование структурных преобразований. Планирование разовых финансовых операций и коммерческих сделок; и принятие других управленческих решений.

Макеты некоторых видов целевого бизнес-плана. Бизнес-план продажи франшизы. Бизнес-план продажи существующего предприятия.

Бизнес-план финансового оздоровления предприятия. Использование бизнес-плана для роста капитала: венчурное финансирование проектов, банковское финансирование; финансовые фонды (компания).

Презентация бизнес-плана.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	
	Знать:			
1	– основные понятия, методологию и организацию процесса бизнес-планирования;	+		
2	– основные методы и инструменты планирования и прогнозирования в бизнесе;	+		
3	– методы анализа и оценки экономической эффективности проектов;		+	
4	– современные информационные технологии в бизнес-планировании.		+	
	Уметь:			
5	– собирать, оценивать, обрабатывать, проводить анализ и использовать информацию из разных источников;	+		
6	– использовать технологию бизнес-планирования для разработки разделов бизнес-плана применительно к конкретным ситуациям современного российского бизнеса.		+	
	Владеть:			
7	– методами поиска и формулировки бизнес-идей;	+		
8	– методами разработки бизнес-планов создания нового бизнеса и развития организаций;	+		
9	– методами финансового планирования, оценки экономической эффективности проектов;		+	
10	– методами использования аналитических систем для разработки бизнес-планов и оценки экономической эффективности проектов.		+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>				
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК		
11	– ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса.	– ПК-4.2. Знает основы расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства.	+	+
12	– ПК- 5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты.	– ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей.	+	+
13	ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	– ПК-8.2. Умеет аккумулировать и представлять результаты аудита хозяйственной деятельности организации	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи	Понятие предпринимательской идеи. Этапы разработки и реализации предпринимательской идеи. Понятие бизнес-плана. Цели составления бизнес-плана. Примерный состав и структура разделов, наиболее часто встречающихся в бизнес-планах.	2
2	Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы	Цели и планы в бизнес-организации. Этапы и сущность планирования бизнеса. Предмет и объект планирования. Бизнес-процессы и бизнес-проекты. Внутрифирменное планирование. Особенности бизнес-планирования. Бизнес-план как рабочий инструмент для управления предприятием и контроля за его деятельностью	2
3	Организация планирования бизнеса	Масштаб и уровни бизнес-планирования. Система бизнес-планирования в малых фирмах. Организация системы бизнес-планирования. Информационные технологии в системе планирования бизнеса. Диагностика. Формирование стратегии. Планирование. Контроль.	1
4	Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом	Функции бизнес-плана при управлении бизнесом. Типология бизнес-планов. Ключевые компоненты типового бизнес-плана. Анализ внешней бизнес-среды. Анализ внутренней среды	1
5	Аналитические разделы типового бизнес-плана	Виды разделов типового бизнес-плана. История бизнеса организации. Анализ финансового состояния организации. Анализ бизнес-среды организации. Анализ рынка и конкуренции. Маркетинговые мероприятия. Направления исследования рынка. Стратегия маркетинга. Жизненный цикл продаж. Затраты на маркетинг. Описание отрасли. Описание целевого рынка.	2
6	Ключевые разделы типового бизнес-плана	Маркетинговый план. Операционный план. Производственный план. Организационный план. Финансовый план.	2

7	Основные элементы бизнес-планирования.	Стратегическое и инвестиционное планирование. Структура и содержание стандартного бизнес-плана инвестиционного проекта Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования. Требования к основным документам финансового плана.	2
8	Технология бизнес-планирования	Моделирование бизнес-процессов. Техническое задание и календарный план (график работ) на разработку бизнес-плана. Виды моделей, применяемых при бизнес-планировании.	2
9	Управленческий бизнес-план	Сущность и назначение управленческого бизнес-плана. Структура и содержание управленческого бизнес-плана. Общий план производства. Составление планов подразделений. Контроль выполнения и корректировка бизнес-плана.	1
10	Бизнес-планы проектов и решения практических задач управления бизнесом	Бизнес-проект как инновационный замысел. Особенности составления различных видов бизнес-планов проектов. Презентация бизнес-плана.	1

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи	Понятие предпринимательской идеи. Этапы разработки и реализации предпринимательской идеи. Понятие бизнес-плана. Цели составления бизнес-плана. Примерный состав и структура разделов, наиболее часто встречающихся в бизнес-планах.	1
2	Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы	Цели и планы в бизнес-организации. Этапы и сущность планирования бизнеса. Предмет и объект планирования. Бизнес-процессы и бизнес-проекты. Внутрифирменное планирование. Особенности бизнес-планирования. Бизнес-план как рабочий инструмент для управления предприятием и контроля за его деятельностью	1
3	Организация планирования бизнеса	Масштаб и уровни бизнес-планирования. Система бизнес-планирования в малых фирмах. Организация системы бизнес-планирования. Информационные технологии в системе планирования бизнеса. Диагностика.	0,5

		Формирование стратегии. Планирование. Контроль.	
4	Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом	Функции бизнес-плана при управлении бизнесом. Типология бизнес-планов. Ключевые компоненты типового бизнес-плана. Анализ внешней бизнес-среды. Анализ внутренней среды	0,5
5	Аналитические разделы типового бизнес-плана	Виды разделов типового бизнес-плана. История бизнеса организации. Анализ финансового состояния организации. Анализ бизнес-среды организации. Анализ рынка и конкуренции. Маркетинговые мероприятия. Направления исследования рынка. Стратегия маркетинга. Жизненный цикл продаж. Затраты на маркетинг. Описание отрасли. Описание целевого рынка.	1
6	Ключевые разделы типового бизнес-плана	Маркетинговый план. Операционный план. Производственный план. Организационный план. Финансовый план.	1
7	Основные элементы бизнес-планирования.	Стратегическое и инвестиционное планирование. Структура и содержание стандартного бизнес-плана инвестиционного проекта Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования. Требования к основным документам финансового плана.	1
8	Технология бизнес-планирования	Моделирование бизнес-процессов. Техническое задание и календарный план (график работ) на разработку бизнес-плана. Виды моделей, применяемых при бизнес-планировании.	1
9	Управленческий бизнес-план	Сущность и назначение управленческого бизнес-плана. Структура и содержание управленческого бизнес-плана. Общий план производства. Составление планов подразделений. Контроль выполнения и корректировка бизнес-плана.	0,5
10	Бизнес-планы проектов и решения практических задач управления бизнесом	Бизнес-проект как инновационный замысел. Особенности составления различных видов бизнес-планов проектов. Презентация бизнес-плана.	0,5

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за ответы на устные опросы (максимальная оценка 70 баллов) и контрольной работы (максимальная оценка 30 баллов).

8.1. Примерная тематика вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

1. Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи.
2. Понятие предпринимательской идеи.
3. Банк идей.
4. Этапы разработки и реализации предпринимательской идеи: генерирование идеи, деловое проектирование, подготовка бизнес-плана, принятие предпринимательского решения, управление предпринимательским проектом; реализация проекта.
5. Понятие бизнес-плана.
6. Его общая характеристика.
7. Цели составления бизнес-плана.
8. Примерный состав и структура разделов, наиболее часто встречающихся в бизнес-планах.
9. Бизнес-планирование как элемент экономической политики фирмы.
10. Цели и планы в бизнес-организации.
11. Уровни целей и их значение в планировании.
12. Этапы и сущность планирования бизнеса.
13. Предмет и объект планирования.
14. Бизнес - процессы и бизнес - проекты.
15. Внутрифирменное планирование: стратегическое (перспективное); среднесрочное (бизнес-планирование), текущее (тактическое).
16. Особенности бизнес-планирования как формы планирования.
17. Назначение бизнес-планирования.
18. Бизнес-план как рабочий инструмент для управления предприятием и контроля за его деятельностью.

19. Организация планирования бизнеса.
20. Масштаб и уровни бизнес-планирования.
21. Система бизнес-планирования в крупных фирмах: корпоративный уровень и уровень отдельных подразделений (стратегических бизнес-единиц).
22. Система бизнес-планирования в малых фирмах. Ее основные особенности, планирование бизнеса на различных стадиях развития малого (среднего) предприятия: начинающее, уцелевшее, стабильное, расширяющееся.
23. Цикл бизнес-планирования в малом (среднем) предприятии.
24. Организация системы бизнес-планирования.
25. Характеристика органов планирования.
26. Новые функции плановых служб.
27. Коллективный подход к планированию бизнеса.
28. Механизм планирования бизнеса.
29. Информационные технологии в системе планирования бизнеса.
30. Диагностика.
31. Формирование стратегии.
32. Планирование.
33. Контроль.
34. Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом.
35. Функции бизнес-плана при управлении бизнесом.
36. Управление текущей деятельностью и развитием предприятия.
37. Управленческий бизнес-план.
38. Управление предприятием.
39. Принятие разовых решений по отдельным вопросам управления.
40. Типология бизнес-планов: управленческие; бизнес-планы проектов; разовые бизнес-планы.
41. Ключевые компоненты типового бизнес-плана: анализ окружающей среды и полное описание стратегии работы компании или реализации проекта в окружающей среде.
42. Анализ внешней бизнес-среды.
43. Макросреда или среда косвенного воздействия.
44. Микросреда или среда прямого воздействия.
45. Техника анализа внешней среды.
46. Анализ внутренней среды.
47. Потенциал предприятия и его основные блоки: товарный, технический, кадровый, финансовый, информационный.
48. Пример анализа внешней и внутренней среды.
49. Описание стратегии деятельности компании (реализации проекта).
50. Аналитические разделы типового бизнес-плана.
51. Виды разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения.
52. Титульный лист, оглавление, меморандум конфиденциальности, резюме.
53. История бизнеса организации (описание отрасли, характеристика объекта бизнеса организации).
54. Правовой статус организации (юридический план).
55. Организация и управление. Анализ финансового состояния организации.
56. Анализ бизнес-среды организации.
57. Анализ рынка и конкуренции.
58. Описание рынка.
59. Маркетинговые мероприятия и решения, принимаемые фирмой-производителем. Направления исследования рынка.
60. Стратегия маркетинга.
61. Жизненный цикл продаж.

62. Затраты на маркетинг.
63. Описание отрасли.
64. Описание целевого рынка.
65. Конкуренция.
66. Ключевые разделы типового бизнес-плана.
67. Маркетинговый план. Его структура и содержание.
68. Определение спроса и возможностей рынка.
69. Стратегия маркетинга.
70. Маркетинг-микс.
71. Определение ценовой стратегии.
72. Операционный план.
73. Производство.
74. Закупки и дистрибьюция.
75. Производственный план.
76. Производственная программа предприятия.
77. Планируемый объем продаж.
78. Потребности в основных фондах.
79. Расчет потребности в ресурсах.
80. Расчет потребности в персонале и заработной плате.
81. Потребность в инвестициях.
82. Исследовательские и внедренческие разработки.
83. Организационный план.
84. Разработка организационной структуры фирмы.
85. Функциональная, дивизиональная, командная структуры.
86. Финансовый план. Его основные разделы: инвестиционная политика; управление оборотным капиталом, дивидендная политика; ставка дисконтирования; финансовые прогнозы; учетная политика; система управленческого контроля.
87. Оценка и страхование риска.
88. Хеджирование.
89. Анализ риска.
90. Основы финансового риска.
91. Основные элементы бизнес-планирования.
92. Стратегическое и инвестиционное планирование.
93. Понятие, экономическое содержание и основные элементы стратегического планирования.
94. Понятие и классификация стратегической цели организации (предприятия). Цели и стратегии реализации проектов.
95. Инвестиционный план (проект). Его цель и основные задачи.
96. Структура и содержание стандартного бизнес-плана инвестиционного проекта. Финансовое планирование. Источники информации для составления финансового плана.
97. Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования. План движения денежных средств. План прибыли и убытков. План распределения прибыли. Балансовый план.
98. Требования к основным документам финансового плана. Международные стандарты финансовой отчетности. Технология финансового планирования. Стратегии финансового проекта.
99. Технология бизнес-планирования.
100. Моделирование бизнес-процессов. Основные технологии продукции бизнес-планирования. Заказчики и разработчики бизнес-планов. Два подхода к разработке бизнес-плана.

101. Техническое задание и календарный план (график работ) на разработку бизнес-плана.
102. Виды моделей, применяемых при бизнес-планировании. Модели бизнеса и их отличие от стратегий бизнеса.
103. Особенности разработки моделей бизнес-процессов (материальных, информационных и финансовых потоков). Бизнес-процессы. Проект.
104. Управленческий бизнес-план.
105. Сущность и назначение управленческого бизнес-плана. Функции его.
106. Структура и содержание управленческого бизнес-плана. Отличие его от типового бизнес-плана.
107. Общая схема разработки, структура и содержание типового управленческого бизнес-плана.
108. Общий план производства.
109. Текущее состояние предприятия.
110. Постановка целей компании.
111. Постановка целей подразделения.
112. Возможные расхождения между текущим и желаемым состоянием компании.
113. Составление планов подразделений.
114. План продаж.
115. Маркетинговый план.
116. Операционный план.
117. План производства.
118. План закупок, в том числе план основных закупок.
119. План по персоналу.
120. Финансовый план.
121. Контроль выполнения и корректировка бизнес-плана.
122. Содержание системы контроля и корректировка.
123. Использование возможностей компьютера при разработке бизнес-плана.
124. Бизнес-планы проектов и решения практических задач управления бизнесом.
125. Бизнес-проект как инновационный замысел. Бизнес-проект. Бизнес-идея. Разработка и реализация идеи.
126. Классификация бизнес-проектов.
127. Особенности составления различных видов бизнес-планов проектов.
128. Бизнес-план инновационного проекта. Его разделы.
129. Характеристика товара (услуг). Оценка рынка.
130. Возможности (план) производства.
131. Организация реализации проекта.
132. Финансовый план. Составление бизнес-плана инвестиционного проекта с учетом международных стандартов.
133. Бизнес-планы для решения практических задач управления бизнесом (целевые бизнес-планы).
134. Основные направления использования целевых бизнес-планов: антикризисное планирование; планирование совместной деятельности; планирование структурных преобразований.
135. Планирование разовых финансовых операций и коммерческих сделок; и принятие других управленческих решений.
136. Бизнес-план финансового оздоровления предприятия. Использование бизнес-плана для роста капитала: венчурное финансирование проектов, банковское финансирование; финансовые фонды (компаний).

При сходности типовых тем их дифференциация может достигаться за счет варьирования требуемой от учащегося степени углубления в тему, а также масштабностью

проводимых исследований. Эти требования к работам определяются преподавателем на практических занятиях.

8.2. Вопросы для проведения контрольной работы.

1. Накопление и анализ предпринимательских идей.
2. Общая характеристика бизнес-плана.
3. Состав и структура разделов бизнес-плана.
4. Цели и планы в бизнесе организации.
5. Этапы и сущность планирования бизнеса.
6. Виды внутрифирменного планирования.
7. Особенности бизнес-планирования как формы планирования.
8. Масштаб и уровни планирования бизнеса.
9. Система бизнес-планирования в малых и средних предприятиях.
10. Организация системы бизнес-планирования
11. Механизм планирования бизнеса.
12. Стратегическое и инвестиционное планирование.
13. Составление планов подразделений.
14. Общая схема разработки, структура и содержание типового управленческого бизнес-плана.
15. Информационные технологии в системе планирования бизнеса.
16. Функции бизнес-плана при управлении бизнесом.
17. Ключевые компоненты типового бизнес-плана.
18. Анализ внешней и внутренней бизнес-среды.
19. Место и роль бизнес-плана при управлении бизнесом.
20. Характеристика разделов типового бизнес-плана: аналитические, ключевые, приложения.
21. Оформление бизнес-плана, Резюме. Описание отрасли. Характеристика объекта бизнеса организации.
22. Разработка организационной структуры фирмы.
23. Анализ отрасли. Анализ целевого рынка. Анализ конкуренции.
24. Маркетинговый план. Стратегии маркетинга.
25. Операционный план. Производство.
26. Организационный план.
27. Финансовый план.
28. Оценка и страхование риска.
29. Стратегическое и инвестиционное планирование. Стратегические цели организации.
30. Инвестиционный план (проект).
31. Назначение, структура и методика расчетов основных документов финансового планирования
32. Основные технологии продукции бизнес-планирования.
33. Виды моделей, применяемых при бизнес-планировании.
34. Особенности разработки моделей бизнес-процессов
35. Сущность и назначение управленческого бизнес-плана.
36. Общий план производства.
37. Составление планов подразделений.
38. Контроль выполнения и корректировка управленческого бизнес-плана.
39. Бизнес-проект как инновационный замысел.
40. Бизнес-план инновационного проекта. Его разделы.
41. Бизнес-планы для решения практических задач управления бизнесом (целевые бизнес-планы).

42. Понятие и классификация стратегической цели организации (предприятия). Цели и стратегии реализации проектов.
43. Требования к основным документам финансового плана. Международные стандарты финансовой отчетности. Технология финансового планирования. Стратегии финансового проекта.
44. Моделирование бизнес-процессов. Основные технологии продукции бизнес-планирования. Заказчики и разработчики бизнес-планов. Два подхода к разработке бизнес-плана.
45. Структура и содержание стандартного бизнес-плана инвестиционного проекта. Финансовое планирование. Источники информации для составления финансового плана.
46. Структура и содержание управленческого бизнес-плана. Отличие его от типового бизнес-плана.
47. Бизнес-план финансового оздоровления предприятия. Использование бизнес-плана для роста капитала: венчурное финансирование проектов, банковское финансирование; финансовые фонды (компаний).
48. Система бизнес-планирования в малых фирмах. Ее основные особенности, планирование бизнеса на различных стадиях развития малого (среднего) предприятия: начинающее, уцелевшее, стабильное, расширяющееся.
49. Особенности разработки моделей бизнес-процессов (материальных, информационных и финансовых потоков). Бизнес-процессы.
50. Презентация бизнес-плана.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (6 семестр – зачет (очная форма), 9 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. *Сергеев, А. А.* Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов / А. А. Сергеев. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 456 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15430-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/506814>

Б. Дополнительная литература

1. Внутрифирменное планирование: учебник и практикум для вузов / С. Н. Кукушкин [и др.]; под редакцией С. Н. Кукушкина, В. Я. Позднякова, Е. С. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13526-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488676>.
2. *Куприянов, Ю. В.* Модели и методы диагностики состояния бизнес-систем: учебное пособие для вузов / Ю. В. Куприянов, Е. А. Кутлунин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 128 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-

534-08500-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493733>

3. GR. Взаимодействие бизнеса и органов власти : учебник и практикум для вузов / Е. И. Марковская [и др.] ; под редакцией Е. И. Марковской. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13132-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490231>

4. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для бакалавров / Л. П. Гаврилов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 372 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2452-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508951>

5. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05048-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489260>

6. Каменнова, М. С. Моделирование бизнес-процессов. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / М. С. Каменнова, В. В. Крохин, И. В. Машков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 228 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09385-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494859>

7. Долганова, О. И. Моделирование бизнес-процессов : учебник и практикум для вузов / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова ; под редакцией О. И. Долгановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 289 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00866-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489496>

8. Боброва, О. С. Основы бизнеса : учебник и практикум для вузов / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 382 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13842-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467018>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Журналы

- Журнал «Маркетинг». ISSN: 0869-3722;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Менеджмент в России и за рубежом. ISSN: 1028-5857
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

1. <https://www.cossa.ru>: Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде.
2. <https://adindex.ru>: Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга».
3. <http://www.marketch.ru>: сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора.
4. <http://economics.ru>: Economics.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
5. <http://econom.nsc.ru/jep/>: Виртуальная экономическая библиотека

6. http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170: - кейс портал

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Бизнес-планирование*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Организация планирования бизнеса	<i>Знает:</i> – основные понятия, методологию и организацию процесса бизнес-планирования; – основные методы и инструменты планирования и прогнозирования в бизнесе; <i>Умеет:</i> – собирать, оценивать, обрабатывать, проводить анализ и использовать информацию из разных источников; <i>Владеет:</i> – методами поиска и формулировки бизнес-идей; – методами разработки бизнес-планов создания нового бизнеса и развития организаций;	Устный опрос (1-3)
Раздел 2. Ключевые разделы типового бизнес-плана	<i>Знает:</i> – методы анализа и оценки экономической эффективности проектов; – современные информационные технологии в бизнес-планировании. <i>Умеет:</i> – использовать технологию бизнес-планирования для разработки разделов бизнес-плана применительно к конкретным ситуациям современного российского бизнеса; <i>Владеет:</i> – методами финансового планирования, оценки экономической эффективности проектов; – методами использования аналитических систем для разработки бизнес-планов и оценки экономической эффективности проектов.	Устный опрос (4-3) Контрольная работа

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Бизнес-планирование»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки –

«Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга О.Ю. Егоровой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина **«Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг»** относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента, маркетинга.

Цель дисциплины – освоение теоретических знаний и профессиональных навыков в области управления брендом предприятия в условиях высоко конкурентного рынка, а также приобретение практических навыков в области событийного маркетинга.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний специальной терминологии дисциплины, нормативно-правового регулирования в сфере товарных знаков и брендинга, методов разработки и вывода нового бренда на рынок, об управлении существующим брендом;
- формирование навыков применения методов и средств управления брендами, оценки стоимости бренда;
- формирование умений искать пути повышения эффективности управления конкурентоспособностью предприятия за счет брендинга и ивент-маркетинга.

Дисциплина **«Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг»** преподается в 5 семестре для очной и очно-заочной формы обучения. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	УК-3.3. Умеет взаимодействовать с другими членами команды, в том числе участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда.	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса
	Консалтинговые агентства		ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.	
	Линейные процессы управления в организации		ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.	
	Бизнес-процессы управления в организации			
	08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами,			

конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			организации или административного регламента организации (уровень квалификации – 6).

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные понятия и инструменты современного брендинга, его роль в процессе управления предприятием, сущность бренда как основного элемента рыночных активов в управлении предприятием, методические аспекты создания и управления брендом в условиях высоко конкурентного рынка;
- роль брендинга в процессах формирования уникальных конкурентных преимуществ на рынке, основы разработки и вывода на рынок нового бренда; основы управления существующим брендом на рынке;
- методические подходы к оценке стоимости брендов;
- виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности коммерческого бренда;
- основы законодательства охраны торговых марок в Европе, США и России;
- принципы построения программы повышения лояльности к бренду;
- общие характеристики ивент-маркетинга и методы креатива в нем, инструменты и технологии событийного маркетинга;
- формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в СМИ.

Уметь:

- разрабатывать бренд для предприятия и оценивать его роль в формировании дополнительной ценности предприятия на рынке;
- самостоятельно проводить оценку бренда;
- оценивать ответственность за незаконное использование товарной марки;
- разрабатывать основные направления совершенствования существующих программ повышения лояльности к бренду;
- разрабатывать стратегические планы продвижения бренда;
- применять методы анализа бренда;
- планировать и осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;
- осуществлять оценку мероприятия и оценивать риски в событийном маркетинге;
- выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями через СМИ.

Владеть:

- понятийным аппаратом в области брендинга;
- методами разработки и реализации маркетинговых программ;
- технологией создания бренд-плана и внедрения его в деятельность предприятия;
- навыками применения современных инструментов брендинга для решения практических задач;
- технологиями ребрендинга;
- современными методами сбора, обработки, анализа и интерпретации информации для проведения аудита бренда;
- навыками составления программы повышения лояльности к бренду;
- базовыми навыками общения, установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и другими референтными группами;
- методами финансового управления мероприятием и формирования цен на него.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения:

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
в том числе в форме практической подготовки (<i>при наличии</i>)	-	-	-
Лекции	0,89	32	24
в том числе в форме практической подготовки (<i>при наличии</i>)	-	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
в том числе в форме практической подготовки (<i>при наличии</i>)	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
в том числе в форме практической подготовки (<i>при наличии</i>)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины (<i>или другие виды самостоятельной работы</i>)		60	45
Вид контроля:			
Экзамен	1,0	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4	0,3
Подготовка к экзамену.		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Продолжение таблицы

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Бренд-менеджмент	75	21	11	-	43
1.1	История брендов и брендинга	5	1	1	-	3
1.2	Теоретические аспекты брендов и брендинга	8	2	1	-	5
1.3	Маркетинговые исследования в брендинге	7	2	1	-	4
1.4	Подготовительная стадия брендинга	7	2	1	-	4
1.5	Проективная стадия брендинга	12	4	2	-	6
1.6	Правовые основы бренда	7	2	1	-	4
1.7	Основные подходы к разработке портфеля брендов компании	8	2	1	-	5
1.8	Управление лояльностью к бренду	7	2	1	-	4
1.9	Марочный капитал	7	2	1	-	4
1.10	Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации	7	2	1	-	4
2.	Раздел 2. Ивент-маркетинг (событийный маркетинг)	33	11	5	-	17
2.1	Понятие ивент-маркетинга. Управление имиджем бренда как основной вопрос событийного маркетинга	7	2	1	-	4

2.2	События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций	6	2	1	-	3
2.3	Планирование и разработка сценария мероприятия событийного маркетинга	6	2	1	-	3
	Продвижение события	6	2	1	-	3
	Проведение события	4,5	2	0,5	-	2
	Оценка результатов события. Система событий	3,5	1	0,5	-	2
	ИТОГО	108	32	16	-	60
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Бренд-менеджмент.

1.1. История брендов и брендинга.

Основные понятия и определения. Первые шаги брендинга. Появление российских брендов.

1.2. Теоретические аспекты технологии брендинга.

Маркетинговая классификация брендов. Основные модели брендинга и их характеристика. Коммерческие бренды и проблемы странового брендинга.

1.3. Маркетинговые исследования в брендинге.

Понятие, виды и методы маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования бренда. Маркетинговые исследования имиджа бренда.

1.4. Подготовительная стадия брендинга.

Психографическое и поведенческое сегментирование потребителей. Позиционирование бренда на рынке. Способы корректировки бренда на рынке: рестайлинг, репозиционирование, ренейминг. Ребрендинг. Ликвидация бренда.

1.5. Проективная стадия брендинга.

Система идентичности бренда: его сущность, стержневая и расширенная идентичность. Атрибуты бренда и их основные характеристики. Бренд-нейм как важнейший атрибут (идентификатор) бренда. История разработки идентификаторов глобальных брендов XX века. Идентификаторы бренда: трудности перевода. Влияние культурного фактора макросреды на формирование бренд-нейма на отечественном рынке. Стратегии выхода компании на международный рынок. Слоган и этапы его разработки. Логотип и основные требования к его созданию. Классификация товарных знаков. Трансформация товарных знаков известных компаний. Шрифт и цвет как атрибуты бренда. Личность бренда и его основные составляющие.

1.6. Правовые основы бренда.

Система охраны товарных марок в Европе. Система охраны товарных знаков в США. Правовые основания охраны бренда. Этапы регистрации торгового знака. Ответственность за незаконное использование товарного знака.

1.7. Основные подходы к разработке портфеля брендов компании.

Понятие «архитектура бренда». Основные модели построения архитектуры брендов. Каннибализм в портфеле брендов компании: основные причины и способы его предотвращения. Интегрированный брендинг. PR-технологии. Аудит бренда.

1.8. Управление лояльностью к бренду.

Потребительская лояльность: основные определения, типы и модели. Основные классификации программ лояльности. Эволюция маркетинга лояльности. Основные компоненты программы лояльности и процесс ее организации. Антилояльность: понятие, уровни и способы управления ею.

1.9. Марочный капитал.

Капитал бренда: понятие, составляющие, преимущества. Способы оценки бренда. Проблемы оценки стоимости бренда. Лизинг, франчайзинг и лицензионные соглашения.

1.10. Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации.

Особенности брендинга в развитых странах. Использование технологии брендинга в развивающихся странах. Брендинг в современной России: особенности и тенденции его развития.

Раздел 2. Ивент-маркетинг (событийный маркетинг).

2.1. Понятие ивент-маркетинга. Управление имиджем бренда как основной вопрос событийного маркетинга.

Понятие ивент-маркетинга. Типология событий. Особенности организации корпоративных и частных мероприятий с возможностью продвижения бренда/продукции. Разрешение противоречий между творческими и маркетинговыми задачами при организации

специальных мероприятий. Аспекты согласования бренда и события. Событийный маркетинг как инструмент управления корпоративным имиджем. Событийный маркетинг для некоммерческих организаций. Событие и мероприятие – принципиальные отличия.

2.2. События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Постановка цели и задач события. Популярные форматы событий и их монетизация (Мероприятия для заработка на билетах. Мероприятия для спонсоров и партнеров. Мероприятие под реализацию одного товара. Система мероприятий для продвижения места. Система событий для продажи услуг). Синергия всех видов событий. Примеры успешного событийного маркетинга.

2.3. Планирование и разработка сценария мероприятия событийного маркетинга.

Ошибки начинающих организаторов. Идея мероприятия. Подбор команды исполнителей. Инструменты для командной работы. Взаимодействие внутри команды. Работа с волонтерами. Юридические тонкости при организации мероприятия. Бюджетирование мероприятия. Ценообразование. Партнерские и спонсорские отношения в структуре событийного маркетинга. Работа с бартерными и коммерческими партнерами, подрядчиками. Интеграция партнеров в мероприятие.

2.4. Продвижение события.

Устаревающие каналы продвижения. Целевая аудитория. Создание сайта мероприятия. Встречи в соцсетях, сервисы. Использование сервисов для регистрации участников и продажи билетов. Оформление встреч в соцсетях. Подготовка пресс-релиза. Работа с информационными партнерами. Реклама в социальных сетях, на порталах и в блогах.

2.5. Проведение события.

Проверка готовности мероприятия. Раздаточные материалы на деловых мероприятиях. Тайминг мероприятия. Инструктаж команды. Зонирование пространства. Регистрация участников. Встреча и сопровождение гостей, партнеров и выступающих. Маркет, фудкорт и мастер-классы на мероприятиях. Организация нетворкинга. Проведение онлайн мероприятий.

2.6. Оценка результатов события. Система событий.

Пострелизы в СМИ. Постпродакшн мероприятия. Анализ ошибок и сбор обратной связи. База для рассылки. Свое сообщество в социальных сетях. Личные страницы. Другие каналы коммуникации.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2
	Знать:		
1	– основные понятия и инструменты современного брендинга, его роль в процессе управления предприятием, сущность бренда как основного элемента рыночных активов в управлении предприятием, методические аспекты создания и управления брендом в условиях высоко конкурентного рынка;	+	
2	– роль брендинга в процессах формирования уникальных конкурентных преимуществ на рынке, основы разработки и выведения на рынок нового бренда; основы управления существующим брендом на рынке;	+	
3	– методические подходы к оценке стоимости брендов;	+	
4	– виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности коммерческого бренда;	+	
5	– основы законодательства охраны торговых марок в Европе, США и России;	+	
6	– принципы построения программы повышения лояльности к бренду;	+	
7	– общие характеристики ивент-маркетинга и методы креатива в нем, инструменты и технологии событийного маркетинга;		+
8	– формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в СМИ.		+
	Уметь:		
9	– разрабатывать бренд для предприятия и оценивать его роль в формировании дополнительной ценности предприятия на рынке;	+	
10	– самостоятельно проводить оценку бренда;	+	
11	– оценивать ответственность за незаконное использование товарной марки;	+	
12	– разрабатывать основные направления совершенствования существующих программ повышения лояльности к бренду;	+	
13	– разрабатывать стратегические планы продвижения бренда;	+	
14	– применять методы анализа бренда;	+	
15	– планировать и осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия;	+	+
16	– осуществлять оценку мероприятия и оценивать риски в событийном маркетинге;		+
17	– выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями через СМИ.		+
	Владеть:		
18	– понятийным аппаратом в области брендинга;	+	

19	– методами разработки и реализации маркетинговых программ;	+	+	
20	– технологией создания бренд-плана и внедрения его в деятельность предприятия;	+		
21	– навыками применения современных инструментов брендинга для решения практических задач;	+		
22	– технологиями ребрендинга;	+		
23	– современными методами сбора, обработки, анализа и интерпретации информации для проведения аудита бренда;	+		
24	– навыками составления программы повышения лояльности к бренду;	+		
25	– базовыми навыками общения, установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и другими референтными группами;	+	+	
26	– методами финансового управления мероприятием и формирования цен на него.		+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :				
	Код и наименование УК.	Код и наименование индикатора достижения УК.		
27	– УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	– УК-3.3. Умеет взаимодействовать с другими членами команды, в том числе участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :				
	Код и наименование ПК.	Код и наименование индикатора достижения ПК.		
28	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда.	– ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	+	
		– ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	+	+
		– ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	История брендов и брендинга.	1
2		Теоретические аспекты технологии брендинга.	1
3		Маркетинговые исследования в брендинге.	1
4		Подготовительная стадия брендинга. Трансформация бренда.	1
5		Проективная стадия брендинга	2
6		Правовые основы бренда.	1
7		Основные подходы к разработке портфеля брендов компании. Интегрированный брендинг.	1
8		Управление лояльностью к бренду.	1
9		Марочный капитал.	1
10		Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации.	1
11	2	Понятие ивент-маркетинга. Управление имиджем бренда как основной вопрос событийного маркетинга.	1
12		События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.	1
13		Планирование и разработка сценария мероприятия событийного маркетинга.	1
14		Продвижение события.	1
15		Проведение события.	0,5
16		Оценка результатов события. Система событий.	0,5

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Рабочей программой дисциплины *«Бренд-менеджмент и ивент маркетинг»* предусмотрена самостоятельная работа студента бакалавриата в объеме 60 часов в 5 семестре плюс 36 часов - подготовка к **экзамену** по очной форме обучения и в объеме 84 часа в 5 семестре плюс 36 часов - подготовка к **экзамену** по очно-заочной форме обучения. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала;
- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;

- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им.Д.И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- выполнение творческого задания «Создание брендбука компании» (презентация и полноцветный буклет в переплете, формат А4).
- выполнение творческого задания «Разработка коммерческого предложения по организации мероприятия» (презентация);
- подготовку к сдаче *экзамена* (5 семестр) по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в учебной программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 30 баллов), выполнение творческих заданий (максимальная оценка 25 баллов), активности на семинарах (максимальная оценка 5 баллов) и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика творческих заданий.

В рамках освоения дисциплины предусмотрено выполнение творческих заданий.

1. Создание брендбука компании (презентация и полноцветный буклет в переплете, формат А4). Максимальная оценка – 15 баллов.
2. Разработка коммерческого предложения по организации мероприятия (презентация). Максимальная оценка – 10 баллов.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы (две контрольных работы по разделу «Бренд-менеджмент» и одна контрольная работа по разделу «Ивент-маркетинг»). Максимальная оценка за контрольные работы составляет 30 баллов, по 10 баллов за каждую работу.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 10 баллов. Контрольная работа содержит 10 тестовых вопросов, по 1 баллу за вопрос.

Вопросы, выделенные курсивом, содержат несколько правильных ответов.

Вопрос 1.1. Концепция брендинга как марочного принципа управления сформировалась:

- А) в 50-е гг. XX в.
- Б) в 90-е гг. XX в.;
- В) в 30-е гг. XX в.

Вопрос 1.2. Основными функциями бренда являются:

- А) выделение товаров фирмы среди товаров-конкурентов;
- Б) упрощение выбора потребителя;
- В) дополнительный доход;
- Г) все ответы верны.

Вопрос 1.3. Если в товарном знаке присутствует название производителя товара, то такая марка называется:

- А) марка производителя;
- Б) марка дилера;
- В) общая марка.

Вопрос 1.4. Если в товарном знаке присутствует название торговой организации, то такая марка называется:

- А) марка производителя;
- Б) марка дилера;
- В) общая марка.

Вопрос 1.5. Бренд - это:

- А) название, термин, знак, символ или дизайн, а также их комбинации, которые предназначены для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и для отличия их от товаров или услуг конкурентов;
- Б,) торговая марка, идентифицируемая в массовом сознании;
- В) все ответы верны,

Вопрос 1.6. Товар, потребление которого сознательно игнорируется по причине негативного потребительского опыта или неудачной рекламы называется:

- А) брендом;
- Б) анти-брендом.

Вопрос 1.7. Бренд, используемый для обозначения единственного товара или услуги в марочном портфеле, называется:

- А) автономным брендом;
- Б) анти-брендом;
- В) ко-брендом.

Вопрос 1.8. Стоимостное выражение способности бренда получать дополнительную прибыль – это:

- А) активы бренда;
- Б) вес бренда.

Вопрос 1.9. Способность марки быть необходимой и востребованной, соответствовать нуждам и запросам потребителей в маркетинговой литературе получило название:

- А) актуальность бренда;
- Б) ассоциации бренда;
- В) власть бренда.

Вопрос 1.10. Атрибуты бренда — это:

- А) набор сенсорных характеристик, имеющих отношение к товару или услуге;
- Б) внешняя форма, воспринимаемая зрением, слухом, осязанием, обонянием или вкусом;
- В) степень приверженности потребителей данной марки;
- Г) нет ни одного правильного ответа.

Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка – 10 баллов. Контрольная работа содержит 10 тестовых вопросов, по 1 баллу за вопрос.

Вопросы, выделенные курсивом, содержат несколько правильных ответов.

Вопрос 2.1. Использование имени бренда для нового товара, тесно связанного с существующим, имеющего общие назначение, идентичности, но другую выгоду для потребителя называют:

- А) растяжение бренда;
- Б.) расширение бренда.

Вопрос 2.2. Использование имени бренда для нового товара, выходящего на смежный целевой сегмент или товарную категорию, называют:

- А) растяжение бренда;
- Б) расширение бренда.

Вопрос 2.3. Совместный брендинг - это:

- А) долгосрочное и взаимовыгодное продвижение двух и более брендов;

Б) использование имени бренда для нового товара, выходящего на смежный целевой сегмент или товарную категорию.

Вопрос 2.4. Комплексная программа по развитию идентичности бренда и увеличению его активов называется:

- А) стратегия бренда;
- Б) ребрендинг.

Вопрос 2.5. Брендбилдинг это:

- А) процесс разработки бренда и реализации замысла;
- Б) нахождение новой позиции для бренда и модификация идентичности бренда,

Вопрос 2.6. Суть бренда - это:

- А) основное обещание бренда, выраженное в простых и отличительных терминах;
- Б) согласованное соединение элементов идентичности бренда.

Вопрос 2.7. Обозначения, служащие для индивидуализации товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг юридических или физических лиц, применение которых регламентируется законом:

- А) товарный знак;
- Б) товарная марка,

Вопрос 2.8. Бренд-менеджмент - это:

- А) организация комплекса мероприятий в маркетинговом подразделении производящей компании по созданию и развитию идентичности бренда;
- Б) нахождение новой позиции для бренда и модификация идентичности бренда;
- В) все ответы верны,

Вопрос 2.9. Базовые принципы, лежащие в основе бренда, называются:

- А) философия бренда;
- Б) эмоциональные выгоды;
- В) нет ни одного правильного ответа.

Вопрос 2.10. Какие утверждения не противоречат определению понятия «стратегический бренд»:

- А) это «материнский» бренд;
- Б) он развивается с целью доминирования на рынке;
- В) он должен стать главным, согласно разработанному плану компании;
- Г) все ответы верны.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Максимальная оценка 10 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 5 баллов за вопрос.

1. Понятие событийного маркетинга и его характеристика.
2. Какое место занимает событийный маркетинг в системе маркетинговых коммуникаций?
3. В чем заключаются причины появления событийного маркетинга?
4. В чем заключаются достоинства событийного маркетинга?
5. Каковы особенности и возможности событийного маркетинга?
6. Что означает понятие «событие» и какие типы событий используются в событийном маркетинге (по маркетинговой среде, по информационному поводу, по охвату целевой аудитории, по характеру маркетинговых задач)?

7. В чем заключается сходство и различие понятий «событие» и «мероприятие»?
8. Охарактеризуйте основные составляющие концепции события (классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия). Что такое монетизация событий?
9. В чем заключаются цели маркетинговых мероприятий при организации события?
10. Перечислите основные виды субъектов Event-индустрии и охарактеризуйте их деятельность.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр - экзамен для очной и очно-заочной формы обучения).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по разделам 1 и 2 рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

1. История развития и современное состояние брендинга.
2. Динамика развития и особенности брендинга в России.
3. Современные тенденции и приоритеты развития брендинга.
4. Влияние на брендинг достижений НТР.
5. Причины усиления роли и усложнения процессов брендинга в современных рыночных условиях.
6. Понятия «товарный знак», «торговая марка», «бренд», «брендинг». Отличия бренда от марки.
7. Классификация и виды товарных знаков.
8. Какие выгоды предоставляет потребителю бренд в отличие от продукта?
9. Сила бренда, ее составляющие.
10. Что такое атрибуты бренда, какие виды атрибутов принято различать в брендинге?
11. Что означает понятие «событие» и какие типы событий используются в событийном маркетинге (по маркетинговой среде, по информационному поводу, по охвату целевой аудитории, по характеру маркетинговых задач)?
12. В чем заключается сходство и различие понятий «событие» и «мероприятие»?
13. Охарактеризуйте основные составляющие концепции события (классификация мероприятий, участники, посетители, оценка и управление, характер мероприятия). Что такое монетизация событий?
14. В чем заключаются цели маркетинговых мероприятий при организации события?
15. Перечислите основные виды субъектов Event-индустрии и охарактеризуйте их деятельность.
16. Как разрешить противоречие между творческими и маркетинговыми задачами при организации специальных мероприятий?
17. Управление имиджем бренда как основной вопрос событийного маркетинга.
18. Как согласовать событие и бренд?
19. Каким образом событийный маркетинг используется для управления корпоративным имиджем?
20. В чем состоят особенности организации и проведения конференций, выставок, концертов?

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (5 семестр).

Экзамен по дисциплине «Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг» проводится в 5 семестре и включает контрольные вопросы по разделам 1 и 2 рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 вопросов, относящихся к указанным разделам.

Пример билета для **экзамена**:

«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) _____ (Подпись) <u>Д.С. Лопаткин</u> (И. О. Фамилия) «__» _____ 2022 г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации»
Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг	
Билет № 1	
1. История развития и современное состояние брендинга.	
2. Какое место занимает событийный маркетинг в системе маркетинговых коммуникаций?	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. *Чернышева, А. М.* Брендинг: учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 504 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2979-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487490>.
2. *Рожков, И. Я.* Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484939>

Б. Дополнительная литература

1. *Домнин, В. Н.* Брендинг: учебник и практикум для вузов / В. Н. Домнин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 493 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13539-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489564>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению творческих заданий.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Бренд-менеджмент» ISSN 2618-8902
- Журнал «Секрет фирмы» ISSN 1727-4192
- Журнал «Маркетинг» ISSN 0869-3722
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» ISSN 1028-5849
- Журнал «Эксперт» ISSN 1812-1896
- Журнал «Менеджмент сегодня» ISSN 2304-6473
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» ISSN 2074-5095
- Журнал «Реклама: теория и практика» ISSN 2410-9622

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- Портал ассоциации брендинговых компаний России: <http://russianbranding.ru>
- Портал российской ассоциации по связям с общественностью: www.raso.ru
- Сайт Федерального института промышленной собственности
<http://new.fips.ru>
- Портал британского консалтингового агентства в области брендинга
<https://www.interbrand.com>
- Сайт «Наука о рекламе»: www.advertology.ru
- Сайт «Энциклопедия маркетинга»: www.marketing.spb.ru
- Электронный журнал «4р»: www.4p.ru
- Электронный журнал «Рекламные идеи»: www.advi.ru
- Электронный журнал «Эксперт»: www.expert.ru
- Сайт «Реклама и PR»: www.adbusiness.ru
- Сайт «Школа рекламиста»: www.advertiser-school.ru
- Информационный портал <http://www.sostav.ru>
- Портал сообщества менеджеров <http://www.e-xecutive.ru>
- Профессиональный портал event-индустрии <http://www.event-forum.ru>
- Информационный портал event-индустрии <https://event.ru>.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 16, (общее число слайдов – 800);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 80);
- банк контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 60);
- банк вопросов для итогового контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 180).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной

литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине, электронные версии брендбуков брендов с мировой известностью, презентации коммерческих предложений, презентация примеров эффективного событийного маркетинга.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные принтерами и программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебники и учебные пособия по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде по бренд-менеджменту и ивент-маркетингу, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

Полный перечень лицензионного программного обеспечения представлен в основной образовательной программе.

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Бренд-менеджмент (ч.1)	<i>Знает:</i> – основные понятия и инструменты современного брендинга, его роль в процессе управления предприятием, сущность бренда как основного элемента рыночных активов в управлении предприятием, методические аспекты создания и управления брендом в условиях высоко конкурентного рынка; – роль брендинга в процессах формирования уникальных конкурентных преимуществ на рынке, основы разработки и вывода на рынок нового бренда; основы управления существующим брендом на рынке; <i>Умеет:</i> – разрабатывать бренд для предприятия и оценивать его роль в формировании дополнительной ценности предприятия на рынке; – применять методы анализа бренда; – разрабатывать стратегические планы продвижения бренда; <i>Владеет:</i> – понятийным аппаратом в области брендинга; – методами разработки и реализации маркетинговых программ; – технологией создания бренд-плана и внедрения его в деятельность предприятия; – навыками применения современных инструментов брендинга для решения практических задач; – технологиями ребрендинга;	Оценка за контрольную работу № 1 (5 семестр)

Раздел 1. Бренд-менеджмент (ч.2)	<i>Знает:</i> – методические подходы к оценке стоимости брендов; – виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности коммерческого бренда; – основы законодательства охраны торговых марок в Европе, США и России; – принципы построения программы повышения лояльности к бренду; <i>Умеет:</i> – самостоятельно проводить оценку бренда; – оценивать ответственность за незаконное использование товарной марки; – разрабатывать основные направления совершенствования существующих программ повышения лояльности к бренду; – планировать и осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; <i>Владеет:</i> – современными методами сбора, обработки, анализа и интерпретации информации для проведения аудита бренда; – навыками составления программы повышения лояльности к бренду; – базовыми навыками общения, установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и другими референтными группами;	Оценка за контрольную работу № 2 (5 семестр) Оценка за творческое задание № 1 (5 семестр)
Раздел 2. Ивент-маркетинг	<i>Знает:</i> – общие характеристики ивент-маркетинга и методы креатива в нем, инструменты и технологии событийного маркетинга.	Оценка за контрольную работу № 3 (5 семестр)

	– формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в СМИ. <i>Умеет:</i> – планировать и осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; – осуществлять оценку мероприятия и оценивать риски в событийном маркетинге; – выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями через СМИ. <i>Владеет:</i> – методами разработки и реализации маркетинговых программ; – базовыми навыками общения, установления, поддержания и развития межличностных и деловых отношений с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и другими референтными группами; – методами финансового управления мероприятием и формирования цен на него.	Оценка за творческое задание № 2 (5 семестр) Оценка за экзамен (5 семестр)

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

« Маркетинг и рыночная аналитика »
наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Введение в научные исследования

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: к.э.н., доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

(Наименование кафедры)

«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 – Менеджмент** (ФГОС ВО), с рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой менеджмента РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестров.

Дисциплина **«Введение в научные исследования»** относится к факультативным дисциплинам учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента, экономики, маркетинга, деловых коммуникаций и информатики.

Цель дисциплины – ознакомление обучающихся с видами и элементами исследовательской деятельности, используемым в учебном процессе и вне его, а также формирование у них первичных навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение основных этапов подготовки научно-исследовательской работы на основе научных принципов и методов исследований для решения профессиональных задач;

- выработка умения планировать научную деятельность, формулировать цели и задачи исследования;

- совершенствование методических навыков студентов в самостоятельной работе с источниками научной информации и соответствующими программно-техническими средствами;

- формирование навыков оформления результатов своей научной деятельности в виде научных статей, докладов на научных конференциях, освоение умений публичного выступления и защиты научной работы.

Дисциплина **«Введение в научные исследования»** преподается во 6 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа; УК-1.2. Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез

	информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач; УК-1.3. Владеет навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; использования системного подхода для решения поставленных задач;

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
Владение современными инструментами комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

–структуру и порядок оформления основных продуктов исследовательской деятельности в учебном процессе (реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа);

–источники информации для проведения исследовательской работы.

Уметь:

–применять делать обоснование (определять актуальность, цель, задачи, объект, предмет, гипотезу) научного исследования;

–делать выводы по результатам научно-исследовательской работы.

Владеть:

–навыками структурирования исследовательских работ;

–навыками оформления исследовательских работ.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64	48
в том числе в форме практической подготовки	-	-	-
Лекции	-	-	-
Практические занятия (ПЗ)	1,78	64	48
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	0,22	8	6
Вид контроля:			
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Понятие исследовательской деятельности и ее классификация	10	—	10	—	—
2.	Требования, предъявляемые к формам исследовательской деятельности, используемым в учебном процессе.	10	—	10	—	—

3.	Структура реферата, курсовой работы, выпускной квалификационной работы (ВКР)	10	–	10	–	–
4.	Основные этапы написания выпускной квалификационной работы	10	–	10	–	–
5.	Работа над научной статьей для конференции	22	–	14	–	8
6.	Оформление результатов научно-исследовательской деятельности	10	–	10	–	–
	ИТОГО	72	–	64	–	8

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Введение в научные исследования» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Понятие исследовательской деятельности и ее классификация

Понятие «исследовательская деятельность». Классификация исследований: фундаментальные, прикладные и исследования-разработки. Основные виды исследований, используемых в учебном процессе—прикладные исследования и исследования-разработки, в т.ч. рефераты, курсовые работы, выпускные квалификационные работы (ВКР).

Тема 2. Требования, предъявляемые к формам исследовательской деятельности, используемым в учебном процессе.

Характеристика основных видов работ, выполняемых студентами в процессе обучения. Контрольная работа. Реферат. Курсовая работа. Выпускная квалификационная работа.

Тема 3. Структура реферата, курсовой работы, выпускной квалификационной работы (ВКР)

Титульный лист; план (для реферата) оглавление (содержание) для курсовой работы и ВКР; введение; основная часть (главы, параграфы в курсовой работе и ВКР); заключение (выводы); список использованной литературы и нормативно-правовых актов; приложения (если есть).

Тема 4. Основные этапы написания выпускной квалификационной работы

Подготовительный этап – выбор темы и закрепление научного руководителя.

Основной этап – составление плана, анализ и подбор литературных источников, законов, нормативно-правовых актов, сбор и анализ практического материала, обоснование актуальности темы, обобщение теоретического материала, проведение анализа объекта исследования, формирование рекомендаций/предложений по проблематике исследования и составление выводов.

Завершающий этап – оформление работы в соответствии с требованиями ГОСТ, составление библиографического аппарата.

Предварительная защита ВКР, подготовка рецензии, отзыва. Написание доклада (реферата) по ВКР, выбор информации для раздаточного материала и презентаций. Порядок проведения процедуры защиты ВКР.

Тема 5. Работа над научной статьей для конференции

Научные журналы: виды и классификация. Международные базы цитирования. Структура научной публикации для журнала. Основные этапы работы над написанием научной публикацией.

Тема 6. Оформление результатов научно-исследовательской деятельности

Порядок оформления таблиц, формул, рисунков, цитат, сносок, ссылок, приложений, библиографического аппарата, нормативно-правовых документов.

Работа с универсальным десятичным классификатором (УДК). Написание сведений об авторах, аннотации и ключевых слов.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6
	Знать:							
1	структуру и порядок оформления основных продуктов исследовательской деятельности в учебном процессе (реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа);			+	+	+	+	+
2	источники информации для проведения исследовательской работы.		+	+	+	+	+	+
	Уметь:							
4	применять делать обоснование (определять актуальность, цель, задачи, объект, предмет, гипотезу) научного исследования;		+	+	+	+	+	+
5	делать выводы по результатам научно-исследовательской работы.			+	+	+	+	+
	Владеть:							
6	навыками структурирования исследовательских работ;		+	+	+	+	+	+
7	навыками оформления исследовательских работ.			+	+	+	+	+
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения						
8	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа; УК-1.2. Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач; УК-1.3. Владеет навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; использования системного подхода для решения поставленных задач;	+	+	+	+	+	+

9	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 1	Виды исследовательских работ. Формулирование гипотезы.	10
2	Тема 2	Работа с eLibrary и международными базами знаний	10
3	Тема 3	Искусственный интеллект как инструмент работы с научными текстами	10
4	Тема 4	Написание отзывы и рецензии на выпускную квалификационную работу	10
5	Тема 5	Работа над научной статьей для конференции (написание статьи, оформление под требования, поиск УДК)	14
6	Тема 6	Работа с презентацией на научную конференцию	10

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторный занятия по дисциплине не предусмотрены

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, РИНЦ, нормативными документами;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- регулярную проработку пройденного на практических занятиях учебного материала;
- подготовку к практическим занятиям.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе, рекомендованных на лекционных и практических занятиях. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из выполнения практических заданий (максимальная оценка 50 баллов) и написание статьи на научную конференцию (максимальная оценка 50 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Реферативно-аналитическая работа не предусмотрена.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Тема 1. Понятие исследовательской деятельности и ее классификация

Задание 1. Анализ видов исследований.

1. Определите типы исследований (фундаментальные, прикладные, исследования-разработки) на примерах из различных областей науки.
2. Подготовьте краткое сообщение на тему одного из типов исследований, описав его цели, методы и ожидаемые результаты.

Тема 2. Требования, предъявляемые к формам исследовательской деятельности

Задание 2. Сравнительный анализ видов студенческих работ.

1. Составьте таблицу, в которой будут указаны ключевые особенности контрольной работы, реферата, курсовой работы и выпускной квалификационной работы (объем, структура, цель и др.).
2. Опишите требования к оформлению курсовой работы и ВКР в вашем университете (например, шрифт, интервалы, структура).

Тема 3. Структура реферата, курсовой работы, выпускной квалификационной работы (ВКР)

Задание 3. Разработка структуры работы.

1. Подготовьте план реферата или курсовой работы на предложенную тему (например, «Роль современных технологий в развитии науки»).
2. Напишите введение и составьте оглавление для курсовой работы.

Тема 4. Основные этапы написания выпускной квалификационной работы

Задание 4. Подготовка к написанию ВКР.

1. Выберите тему для предполагаемой ВКР, обоснуйте её актуальность и составьте примерный план.
2. Проведите анализ 7–10 литературных источников по теме, составьте аннотированный список литературы.

Задание 5. Подготовка к защите ВКР.

1. Напишите черновик краткого доклада (5–7 минут) для защиты своей предполагаемой ВКР.
2. Разработайте структуру раздаточного материала и презентации (с кратким описанием слайдов).

Тема 5. Работа над научной статьей для конференции

Задание 6. Написание научной статьи.

1. Подготовьте структуру научной статьи (тема выбирается студентом). Включите название, аннотацию, ключевые слова, введение, теоретическую часть, практическую часть, выводы и список литературы.
2. Напишите фрагмент статьи (введение и выводы).

Тема 6. Оформление результатов научно-исследовательской деятельности

Задание 7. Оформление библиографического списка.

1. Составьте список литературы по теме исследования (не менее 10 источников), оформив его по требованиям ГОСТ.
2. Напишите аннотацию к статье и укажите ключевые слова.

Задание 8. Работа с таблицами и иллюстрациями.

1. Создайте таблицу и диаграмму, отражающие данные по вашей теме исследования, и оформите их в соответствии с требованиями.
2. Подготовьте пример правильного оформления рисунков, формул и сносок.

Задание 9. Анализ научного текста с помощью ИИ

1. Найдите научную статью или реферат по выбранной теме.
2. С использованием инструментов на базе ИИ (например, ChatGPT, ЯндексGPT, Gigachat или специализированных платформ) выполните:
 - о Реферирование текста (составление краткого изложения ключевых идей).
 - о Определение ключевых слов и понятий, а также проверку на наличие логических противоречий или ошибок.
3. Представьте результаты анализа в виде краткого отчета, указав, какие функции ИИ были использованы.

Задание 10. Генерация научного текста с использованием ИИ

1. Сформулируйте тему для реферата, курсовой работы или научной статьи.
2. С использованием ИИ (например, ChatGPT) подготовьте план будущей работы:
 - о Сформулируйте цели, гипотезы и задачи исследования.
 - о Составьте черновик введения и краткие описания основных разделов работы.
3. Проверьте и доработайте текст вручную, добавив ссылки на научные источники и отметив, какие фрагменты текста требуют уточнения или перепроверки.
4. Подготовьте небольшой отчет о том, как ИИ помог вам в создании текста и какие части вы улучшили вручную.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины.

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Гавриленко Н.И., Лопаткин Д.С., Шушунова Т.Н. Основы менеджмента и маркетинга: Учебное пособие. - М.: РХТУ, 2020. – 184 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 396 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14869-5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/561097>

Б. Дополнительная литература

3. Выполнение выпускной квалификационной работы : методические указания / сост. С. Г. Авруцкая. - М. : РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2017. - 54 с. : ил. ; 3,3 усл.печ.л. см. - 100 экз.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям и практическим занятиям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- журнал «Федеральный бизнес журнал» - <https://business-magazine.online/>
- журнал «Инвестиции в России». ISSN:0868-5711.
- журнал «Финансы, деньги, инвестиции». ISSN:2222-0917.
- Журнал «Цифровая экономика». <http://digital-economy.ru/>
- Журнал ««Инновации: управление, инвестиции, технологии» ISSN:2307-180X
- Журнал «Информационное общество». ISSN: 1606-1330
- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Платформа FutureTech <https://futuretech.innoagency.ru/>
- Медиаплатформа инвестиционного сообщества <https://vc.ru/>
- Медиаплатформа предпринимателей <https://rb.ru/>
- Российская венчурная компания <https://www.rvc.ru/>
- Агентство стратегических инициатив <https://asi.ru/>
- Инновационный центр «Сколково» <https://sk.ru/>
- http://www.1000ventures.com/business_guide/corporate_vinvesting_external.html.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

– компьютерные презентации интерактивных практических занятий – 6, (общее число слайдов – 60+);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «Введения в научные исследования» проводятся в форме практических занятий, а также самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование тем	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 1. Понятие исследовательской деятельности и ее классификация	<i>Знать:</i> источники информации для проведения исследовательской работы. <i>Уметь:</i> применять делать обоснование (определять актуальность, цель, задачи, объект, предмет, гипотезу) научного исследования. делать выводы по результатам научно-исследовательской работы. <i>Владеть:</i> навыками структурирования исследовательских работ.	Оценка за практическую работу
Тема 2. Требования, предъявляемые к формам исследовательской деятельности, используемым в учебном процессе.	<i>Знать:</i> структуру и порядок оформления основных продуктов исследовательской деятельности в учебном процессе (реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа); источники информации для проведения исследовательской работы. <i>Уметь:</i> применять делать обоснование (определять актуальность, цель, задачи, объект, предмет, гипотезу) научного исследования; делать выводы по результатам научно-исследовательской работы. <i>Владеть:</i> навыками структурирования исследовательских работ; навыками оформления исследовательских работ.	Оценка за практическую работу
Тема 3. Структура реферата, курсовой работы, выпускной квалификационной работы (ВКР)	<i>Знать:</i> структуру и порядок оформления основных продуктов исследовательской деятельности в учебном процессе (реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа); источники информации для проведения исследовательской работы. <i>Уметь:</i> применять делать обоснование (определять актуальность, цель, задачи, объект, предмет, гипотезу) научного исследования; делать выводы по результатам научно-исследовательской работы.	Оценка за практическую работу

	<i>Владеть:</i> навыками структурирования исследовательских работ; навыками оформления исследовательских работ.	
Тема 4. Основные этапы написания выпускной квалификационной работы	<i>Знать:</i> структуру и порядок оформления основных продуктов исследовательской деятельности в учебном процессе (реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа); источники информации для проведения исследовательской работы. <i>Уметь:</i> применять делать обоснование (определять актуальность, цель, задачи, объект, предмет, гипотезу) научного исследования; делать выводы по результатам научно-исследовательской работы. <i>Владеть:</i> навыками структурирования исследовательских работ; навыками оформления исследовательских работ.	Оценка за практическую работу
Тема 5. Работа над научной статьей для конференции	<i>Знать:</i> структуру и порядок оформления основных продуктов исследовательской деятельности в учебном процессе (реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа); источники информации для проведения исследовательской работы. <i>Уметь:</i> применять делать обоснование (определять актуальность, цель, задачи, объект, предмет, гипотезу) научного исследования; делать выводы по результатам научно-исследовательской работы. <i>Владеть:</i> навыками структурирования исследовательских работ; навыками оформления исследовательских работ.	Оценка за практическую работу
Тема 6. Оформление результатов научно-исследовательской деятельности	<i>Знать:</i> структуру и порядок оформления основных продуктов исследовательской деятельности в учебном процессе (реферат, курсовая работа, выпускная квалификационная работа); источники информации для проведения исследовательской работы. <i>Уметь:</i>	Оценка за практическую работу Оценка за статью на научную конференцию

	применять делать обоснование (определять актуальность, цель, задачи, объект, предмет, гипотезу) научного исследования; делать выводы по результатам научно-исследовательской работы. <i>Владеть:</i> навыками структурирования исследовательских работ; навыками оформления исследовательских работ.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

–Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

–Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

–Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
Введение в научные исследования**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Введение в специальность»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.В. Фроловой;

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 – Менеджмент** (ФГОС ВО), с рекомендациями методической секции Ученого совета РХТУ им. Д. И. Менделеева и накопленным опытом преподавания дисциплин профиля кафедры менеджмента и маркетинга экономического отделения РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестров.

Дисциплина **«Введение в специальность»** относится к базовой части обязательных дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента и маркетинга.

Цель дисциплины – определение профессиональной направленности обучающегося, усвоение основного предназначения избранного направления и профиля подготовки.

Задачи дисциплины:

- получение знаний об истории и структуре РХТУ им. Д.И. Менделеева;
- получить знания об образовательной программе бакалавриата (осваиваемой студентом);
- изучить основы менеджмента как сферы профессиональной деятельности;
- получить теоретические знания об основах менеджмента и маркетинга;
- научиться использовать на практике основные экономические знания в различных отраслях хозяйственной деятельности.

Дисциплина **«Введение в специальность»** преподается в 1 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1. Знает основы экономической, организационной и управленческой теории
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1. Знает теоретические основы организации управления предприятием
	ОПК-4.2. Умеет выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели
	ОПК-4.3. Владеет навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- возможности предоставляемые РХТУ им. Д. И. Менделеева для личного роста и профессионального совершенствования;
- область своей профессиональной деятельности;
- объекты профессиональной деятельности;
- основные трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента;
- основы правильной организации аудиторной и самостоятельной работы;
- основы компьютерной грамотности.

Уметь:

- формировать личную образовательную траекторию с учетом внутренних регламентов по организации учебного процесса и особенностей учебного плана по направлению подготовки;
- правильно распределять рабочее время для аудиторной и самостоятельной работы;
- определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации;
- искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации.

Владеть:

- специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений;
- навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Самостоятельная работа	1,11	40	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8	29,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Российский химико-технологический университет как образовательная организация	7	-	3	-	4
2.	Организация высшего образования в Российской Федерации	7	-	3	-	4
3.	Виды учебной работы. Практики. Стипендиальное обеспечение студентов. Информационная поддержка процесса обучения	7	-	3	-	4
4.	Теоретические основы финансов	7	-	3	-	4
5.	Современный менеджер	8	-	4	-	4
6.	Введение в производственный менеджмент	11	-	5	-	6
7.	Менеджмент организации как область профессиональной деятельности	7	-	3	-	4
8.	Введение в маркетинг	11	-	5	-	6
9.	Маркетинг как область профессиональной деятельности	7	-	3	-	4
	ИТОГО	72	-	32	-	40

4.2 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Российский химико-технологический университет как образовательная организация

Организационная структура и органы управления РХТУ им. Д. И. Менделеева. Ректор. Деканат. Кафедра менеджмента и маркетинга и ее педагогический состав. Материально-техническая база: учебные корпуса и общежития, организация питания. Характеристика деятельности отделов и служб университета. Информационно-библиотечный центр. Внеучебная деятельность в университете. Электронная-информационная образовательная среда университета.

Используемые технологии обучения. Текущий контроль успеваемости и промежуточной аттестации студентов, включая балльно-рейтинговую систему РХТУ. Государственная итоговая аттестация и ее виды.

А также подтемы «Устав РХТУ им. Д. И. Менделеева. Правила трудового и внутреннего распорядка обучающихся», которые направлены на духовно-нравственное и гражданские аспекты воспитания студентов.

Тема 2. Организация высшего образования в Российской Федерации

Правовые основы высшего образования в Российской Федерации: Конституция Российской Федерации, Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации». Права, обязанности и ответственность обучающихся.

Федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС), их структура. Организация учебного процесса: содержание учебного плана, календарный график учебного процесса, рабочие программы дисциплин, практик, расписание занятий.

Все подтемы данного раздела направлены на воспитательную работу в области дисциплины и гражданской позиции.

Тема 3. Виды учебной работы. Практики. Стипендиальное обеспечение студентов. Информационная поддержка процесса обучения

Лекции, семинарские занятия, виды аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы. Расписание занятий, рабочие программы дисциплин, курсовые работы. Выпускная квалификационная работа. Практики, их виды и продолжительность. Виды стипендий, порядок назначения государственных академических и государственных социальных стипендий. Именные стипендии. Порядок назначения стипендий за выдающиеся достижения студентов. Порядок приостановлении выплат стипендий. Порядок перехода с платной формы обучения на бюджетную. Скидки в оплате обучения.

Тема 4. Теоретические основы финансов

Сущность и функции финансов. Государство и финансы. Взаимодействие государственных финансов и экономики. Звенья финансов. Управление финансами.

Финансовая политика, ее взаимосвязь с финансовыми теориями. Теоретические основы исследования влияния финансовой политики на результаты социально-экономического развития.

Система государственных и муниципальных финансов России и ее роль в регулировании финансовых отношений. Структура бюджетной системы Российской Федерации. Структура системы, характеристика и функции основных элементов государственных и муниципальных финансов. Государственные доходы и расходы как основные формы функционирования государственных финансов, их состав и структура. Особенности государственных доходов и расходов на федеральном и региональном уровнях. Налоги и сборы как главные источники доходов бюджетной системы Российской Федерации.

Финансы предприятий и организаций, их сущность, функции и роль в экономике. Дискуссионные вопросы сущности и функций финансов предприятий. Прибыль и рентабельность предприятия. Финансы домашних хозяйств.

Тема 5. Современный менеджер

Права и обязанности, функции современного менеджера. Эволюция профессии менеджера. Востребованность профессии. Особенности и возможности карьерного роста. Роль и значение экономических знаний для будущего управленца. Трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента

Тема 6. Введение в производственный менеджмент

Предпринимательская деятельность в Российской Федерации. Производственное предприятие как основа экономики. Классификация предприятий. Виды производственной деятельности. История становления производственного менеджмента. Понятие производства и производственной системы. Инфраструктура производственного предприятия. Особенности менеджмента предприятий пищевой промышленности, основные функции управления: планирование, организация, мотивация, контроль и координация. Особенности организации производства в современных условиях.

Тема 7. Менеджмент организации как область профессиональной деятельности

Требуемые качества менеджера: основные, желаемые, противопоказания. Способности, личностные особенности, умения и навыки. Модель компетенций современного производственного менеджера. Требования, предъявляемые к работе производственного менеджера. Стандартные задачи профессиональной деятельности производственного менеджера. Личные и профессиональные качества, которыми должны обладать сотрудники службы по управлению производством. Этические принципы профессиональной деятельности менеджера.

Тема 8. Введение в маркетинг

Основные определения маркетинга как экономической категории. Принципы маркетинга. Качественные и количественные цели. Основные задачи маркетинга. Основные функции маркетинга. Реализация функций маркетинга. Концепции маркетинга. Основные концепции маркетинга и их содержание. Основные инструменты маркетинга.

Тема 9. Маркетинг как область профессиональной деятельности

Требуемые качества маркетолога: основные, желаемые, противопоказания. Способности, личностные особенности, умения и навыки. Модель компетенций современного маркетолога. Требования, предъявляемые к работе маркетолога. Стандартные задачи профессиональной деятельности маркетолога. Личные и профессиональные качества, которыми должны обладать сотрудники службы по управлению маркетингом. Интернет-маркетолог – профессия будущего.

Темы 5-9 направлены на профессионально-трудовое воспитание. При проведении занятий преподаватель уделяет особое внимание способностям, личностным особенностям, умениям, навыкам и качествам, которые необходимы сформировать у студента, желающего стать менеджером или маркетологом.

12	–навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информацией, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.		+	+	+	+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>										
	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК								
13	–ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	- ОПК-1.1. Знает основы экономической, организационной и управленческой теории	+	+	+	+	+	+	+	+
14	–ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	–ОПК-4.1. Знает теоретические основы организации управления предприятием	+	+	+	+	+	+	+	+
		–ОПК-4.2. Умеет выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	+	+	+	+	+	+	+	+
		–ОПК-4.3. Владеет навыками бизнес-планирования создания и развития новых организаций (направлений деятельности, продуктов)	+	+	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине (очная форма обучения)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Российский химико-технологический университет как образовательная организация	3
2	2	Организация высшего образования в Российской Федерации	3
3	3	Виды учебной работы. Практики. Стипендиальное обеспечение студентов. Информационная поддержка процесса обучения	3
4	4	Теоретические основы финансов	3
5	5	Современный менеджер	4
6	6	Введение в производственный менеджмент	5
7	7	Менеджмент организации как область профессиональной деятельности	3
8	8	Введение в маркетинг	5
9	9	Маркетинг как область профессиональной деятельности	3

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- посещение музеев и экскурсий;
- регулярную проработку пройденного на практических занятиях учебного материала;
- подготовку к сдаче зачета.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине за 1 семестр складывается из доклада (максимальная оценка 20 баллов), двух контрольных работ (максимальная оценка 40 баллов) и практической работы (максимальная оценка 40 баллов)

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

- 1.Маркетинг как научная дисциплина
- 2.Основные маркетинговые идеи и концепции
- 3.Особенности построения маркетинговой службы
- 4.Влияние маркетинговой деятельности на успех предприятия (с примерами)
- 5.Основополагающие функции маркетинга
- 6.Сущность маркетинговых коммуникаций
- 7.Формирование имиджа и стиля фирмы (с примерами)
- 8.Брэнд: сущность и значение (с примерами)
- 9.Сбыт продукции оптом и в розницу
- 10.Рекламная деятельность организации (с примерами)
- 11.Разработка товарной марки продукции
- 12.Особенности проведения маркетинговых исследований
- 13.Маркетинговое исследование рынка
- 14.Методы изучения деятельности фирм конкурентов (с примерами)
- 15.Туристический маркетинг (с примерами)
- 16.Маркетинговая политика организации
- 17.Методы формирования цен на товары
- 18.Основные методы продвижения продукции на рынке
- 19.Методы прогнозирования маркетинговой деятельности
- 20.Маркетинговые технологии в продвижении оптовых продаж
- 21.Сегменты рынка и позиционирование товара на рынке
- 22.Сетевой маркетинг: сущность, значение и перспективы
- 23.Виды маркетинговых стратегий
- 24.Товарная политика фирмы и товародвижение
- 25.Методы исследования рынков
- 26.Менеджмент и управление. Сходство и различия.
- 27.История развития менеджмента как науки
- 28.Концепции и функции менеджмента
- 29.Организационная структура организации и ее виды
- 30.Внутренняя среда организации
- 31.Внешняя среда организации
- 32.Особенности ведения деловых переговоров
- 33.Власть и лидерство: сущность и значение
- 34.Виды конфликтов в организации и пути выхода из них
- 35.Управление персоналом на предприятии
- 36.Мотивация персонала: виды и значение для деятельности фирмы
- 37.Коммуникация и коммуникационные процессы в организации
- 38.Принятие управленческих решений
- 39.Жизненный цикл организации.
- 40.Международный опыт управления организацией (на примерах нескольких стран)
- 41.Стратегическое планирование и его значение.

- 42. Мероприятия, способствующие повышению конкурентоспособности фирмы (с примерами)
- 43. Применение конкурентных стратегий.
- 44. Влияние информационных технологий на успех деятельности фирмы (с примерами)
- 45. Миссия и цели организации.
- 46. Реинжиниринг: характеристика и значение.
- 47. Тайм-менеджмент
- 48. Издержки и их виды. Управление издержками на предприятии.
- 49. Риск. Виды рисков в менеджменте.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 2 контрольных работы и одна практическая. Максимальная оценка за контрольные работы 1 и 2 составляет 20 баллов за каждую. Максимальная оценка за практическую работу составляет 40 баллов.

Тема 1-3.

Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 10 тестовых вопросов, по 2 баллу за вопрос.

Вопрос 1.1. Как называется федеральный орган исполнительной власти России, осуществляющий функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере высшего образования РХТУ им. Д.И. Менделеева?

- 1. Министерство науки и высшего образования
- 2. Министерство образования и науки РФ
- 3. Федеральное агентство образования
- 4. Федеральная служба по надзору за наукой и образованием

Вопрос 1.2. Какие компетенции должны быть сформированы в результате освоения программ бакалавриата?

- 1. Общекультурные
- 2. Общепрофессиональные
- 3. Профессиональные
- 4. Культурно-профессиональные

Вопрос 1.3. Напишите полное название Нашего ВУЗа

Ответ: _____

Вопрос 1.4. С какого года начинается история РХТУ им. Д.И. Менделеева?

- 1. С 1892
- 2. С 1898
- 3. С 1880
- 4. С 1921

Вопрос 1.5. Назовите ФИО проректора по учебной работе

- 1. Сергей Николаевич Филатов

2. Дмитрий Станиславович Лопаткин
3. Николай Александрович Макаров
4. Александр Георгиевич Мажуга

Вопрос 1.6. В каком случае преподаватель имеет право поставить обучающемуся экзамен автоматом?

1. Преподаватель не имеет право ставить экзамен автоматом
2. Если студент во время учебного семестра набрал определенное количество баллов
3. Если студент не пропустил ни одного занятия по данной дисциплине
4. Если студент является близким родственником преподавателя

Вопрос 1.7. Распишите балльно-рейтинговую систему РХТУ им. Д.И. Менделеева

Ответ:

Вопрос 1.8. Какие из данных направлений подготовки не относятся к бакалавриату?

1. 38.04.02 Менеджмент
2. 15.03.01 Машиностроение
3. 04.03.01 Химия
4. 05.06.01 Наука о земле

Вопрос 1.9. Сколько академических часов в одной зачетной единице?

1. 32 академических часа
2. 36 академических часов
3. 18 академических часов
4. 20 академических часов

Вопрос 1.10 Назовите ФИО руководителя экономического отделения

1. Гусева Татьяна Геннадьевна
2. Ломакина Ирина Александровна
3. Макаров Николай Александрович
4. Нет правильного ответа

Тема 4-9.

Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка 20 баллов.

Вопрос 2.1. Назовите основные финансовые рынки в зависимости от вида финансового инструмента.

Вопрос 2.2. Что такое финансы, их отличие от денег?

Вопрос 2.3. Государственный бюджет.

Вопрос 2.4. Что такое финансовая система и каково ее значение?

Вопрос 2.5. Что такое управление?

Вопрос 2.6. Что такое менеджмент?

Вопрос 2.7. Основные сходства и различия этих терминов?

Вопрос 2.8. Разница между менеджером и предпринимателем.

Вопрос 2.9. Что такое маркетинг?

Вопрос 2.10. Назовите основные теории менеджмента.

Тема 5,7,9.

Практическая работа - выполнение творческого задания «Моя бизнес-идея». Максимальная оценка 40 баллов.

Необходимо разработать и описать бизнес-идею. На выполнение задания дается 4 недели.

Задача – описать идею с наилучшей стороны рассказав о ее особенностях и преимуществах перед выявленными конкурентами.

Необходимо:

1. Разработать концепцию бизнес-идеи, с описанием следующих пунктов:

- Основная информация об бизнес-идее (указание местоположения компании, площадь, организационно-правовая форма)

- Расчет денежных средств, которые необходимо вложить на первоначальном этапе. Основные расходы.

- Анализ рынка

- Анализ конкурентов

- Уникальное торговое предложение (УТП)

- Продвижение компании на рынке

2. Представить результаты проделанной работы перед аудиторией (презентация в формате PowerPoint).

В соответствии с установленными правилами творческое задание оценивается на «отлично» (40-30 баллов), «хорошо» (30-20 баллов), «удовлетворительно» (20-10 баллов) и «неудовлетворительно» (0 баллов). Если творческое задание не соответствует предъявляемым требованиям или оценено на «неудовлетворительно», то оно возвращается студенту на доработку.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (1 семестр – зачет (очная форма), 1 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488964>

2. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Э. М. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 566 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08046-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489986>

Б. Дополнительная литература

1. Розанова, Н. М. Экономика для менеджеров. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00173-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490186>

2. Локальные нормативные акты (единая правовая база РХТУ им. Д. И. Менделеева).

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Маркетинг» ISSN 0869-3722
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» ISSN 1028-5849
- Журнал «Эксперт» ISSN 1812-1896
- Журнал «Менеджмент сегодня» ISSN 2304-6473

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- Портал Федеральных государственных стандартов высшего образования. <http://fgosvo.ru>
- Правовая база. <http://www.consultant.ru>
- Портал для маркетологов. <http://smartandmarketing.com>
- Портал сообщества менеджеров. <http://www.e-xecutive.ru>
- Электронный журнал «Рекламные идеи». www.advi.ru
- Сайт РХТУ им. Д.И. Менделеева. <https://muctr.ru>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 5, (общее число слайдов – 90);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 600).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной

литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Введение в специальность»* проводятся в форме практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

Но п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии

1	WINDOWS 8.1 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование тем	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема .1 Российский химико-технологический университет как образовательная организация	<i>Знает:</i> – возможности, предоставляемые РХТУ им. Д. И. Менделеева для личного роста и профессионального совершенствования; <i>Умеет:</i> – формировать личную образовательную траекторию с учетом внутренних регламентов по организации учебного процесса и особенностей учебного плана по направлению подготовки; <i>Владеет:</i> – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений.	Оценка за работу на семинарских занятиях Оценка за контрольную работу №1 (тестовые задания) Оценка за зачет
Тема 2. Организация высшего образования в Российской Федерации	<i>Знает:</i> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; <i>Умеет:</i> – формировать личную образовательную траекторию с учетом внутренних регламентов по организации учебного процесса и особенностей учебного плана по направлению подготовки; <i>Владеет:</i> – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; – навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.	Оценка за работу на семинарских занятиях Оценка за контрольную работу №1 (тестовые задания) Оценка за зачет
Тема 3. Виды учебной работы. Практики. Стипендиальное обеспечение студентов. Информационная	<i>Знает:</i> – возможности предоставляемые РХТУ им. Д. И. Менделеева для личного роста и профессионального совершенствования;	Оценка за работу на семинарских занятиях

поддержка обучения	процесса	– основы правильной организации аудиторной и самостоятельной работы <i>Умеет:</i> – формировать личную образовательную траекторию с учетом внутренних регламентов по организации учебного процесса и особенностей учебного плана по направлению подготовки; – правильно распределять рабочее время для аудиторной и самостоятельной работы; <i>Владеет:</i> – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; – навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.	Оценка за контрольную работу №1 (тестовые задания) Оценка за зачет
Тема 4. Теоретические финансов	основы	<i>Знает:</i> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности <i>Умеет:</i> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации <i>Владеет:</i> – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; – навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.	Оценка за работу на семинарских занятиях Оценка за контрольную работу №2 Оценка за зачет

Тема 5. Современный менеджер	Знает: – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности – основные трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента; Умеет: – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; Владет: – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; – навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.	Оценка за работу на семинарских занятиях Оценка за контрольную работу №2 Оценка за практическую работу Оценка за зачет
Тема 6. Введение в менеджмент организации	Знает: – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности. Умеет: – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; Владет: – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; – навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных	Оценка за работу на семинарских занятиях Оценка за контрольную работу №2 Оценка за зачет

	информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.	
Тема 7. Менеджмент организации как область профессиональной деятельности	<i>Знает:</i> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности – основные трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента; <i>Умеет:</i> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; <i>Владеет:</i> – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; – навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.	Оценка за работу на семинарских занятиях Оценка за контрольную работу №2 Оценка за практическую работу Оценка за зачет
Тема 8. Введение в маркетинг	<i>Знает:</i> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности; <i>Умеет:</i> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; <i>Владеет:</i> – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной	Оценка за работу на семинарских занятиях Оценка за контрольную работу №2 Оценка за зачет

	работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; – навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.	
Тема 9. Маркетинг как область профессиональной деятельности	<i>Знает:</i> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности – основные трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента; <i>Умеет:</i> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; <i>Владеет:</i> – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; – навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.	Оценка за работу на семинарских занятиях Оценка за практическую работу Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

–Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

–Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

–Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Введение в специальность»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Инновационный менеджмент»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом химических наук, доцентом, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга С.Г.Авруцкой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Инновационный менеджмент»** относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области базовых общеэкономических дисциплин (экономическая теория и институциональная экономика), принципов финансового учета и анализа, основ налогообложения, а также управленческого учета.

Цель дисциплины – дать студентам основные знания в области инновационного менеджмента и подготовить к решению инновационных задач организации.

Задачи дисциплины:

- изучение роли инноваций в макро- и микроэкономическом контексте;
- знакомство студентов с теоретическими основами управления инновациями в организации;
- выработка навыков решения прикладных задач в области инновационного менеджмента.

Дисциплина **«Инновационный менеджмент»** преподается в 7 (очная форма обучения) и 9 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.4 Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов хозяйствующих субъектов ПК-5.6. Умеет выявлять потенциальные точки развития хозяйствующих субъектов в рамках реализации кросс-функциональных процессов или проектов	07 Административно управленческая и офисная деятельность Профессиональные компетенции определяются Организацией на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- закономерности экономического и технологического развития общества;
- основные определения и терминологию в области инноваций
- закономерности протекания инновационных процессов в отраслях и организациях
- особенности инновационных организаций и персонала, занятого инновационной деятельностью
- роль и место управления инновациями в стратегии организации
- принципы и источники финансирования инновационной деятельности
- концепции интеллектуального капитала и интеллектуальной собственности
- закономерности формирования и развития национальных инновационных систем;
- основы государственной политики Российской Федерации в области инновационной деятельности;

Уметь:

- классифицировать инновации в соответствии с международно принятыми подходами;
- прослеживать закономерности инновационного развития отдельных отраслей и продуктовых классов;
- формулировать инновационную стратегию компании в соответствии с ее общей стратегией;
- проводить анализ инновационных проектов;
- прогнозировать инновационную деятельность на макро- и микроуровне;

Владеть:

- навыками анализа инновационного потенциала организаций, отраслей, стран;
- навыками анализа и оценки инновационных проектов;
- методами управления персоналом в инновационной организации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64	48
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,22	80	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	80	60
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,1	112	84
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,1	112	84
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	<i>1</i>	<i>0,4</i>	<i>0,3</i>
Подготовка к экзамену		<i>35,6</i>	<i>26,7</i>
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1	Раздел 1. Основные закономерности инновационных процессов.	34	10	8	16
1.1	Определение и классификация инноваций	12	4	2	6
1.2	Модели инновационных процессов	22	6	6	10
2	Раздел 2. Стратегия инноваций.	30	6	6	18
2.1	Стратегия и тактика инноваций	14	3	3	8
2.2	Инновационная организация	6	1	1	4
2.3	Управление проектами и портфелем НИОКР	10	2	2	6
3	Раздел 3. Финансирование инновационной деятельности	28	6	6	16
3.1	Финансирование инновационной деятельности	16	4	4	8
3.2	Инновационный и инвестиционный анализ	12	2	2	8
4	Раздел 4. Управление интеллектуальной собственностью	18	4	4	10
4.1	Структура интеллектуального капитала	4	1	1	2
4.2	Интеллектуальная собственность	7	1	2	4
4.3	Управление персоналом и организационная культура в инновационной организации	7	2	1	4
5	Раздел 5. Национальные инновационные системы	34	6	8	20
5.1	Национальная инновационная система (НИС)	18	2	4	12
5.2	НИС России	16	4	4	8
	ИТОГО	144	32	32	80
	Экзамен	36			
	ИТОГО	180			

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1	Раздел 1. Основные закономерности инновационных процессов.	34	5	4	25
1.1	Определение и классификация инноваций	12	2	1	9
1.2	Модели инновационных процессов	22	3	3	16
2	Раздел 2. Стратегия инноваций.	30	3	3	24
2.1	Стратегия и тактика инноваций	14	1	1	12
2.2	Инновационная организация	6	1	1	4
2.3	Управление проектами и портфелем НИОКР	10	1	1	8
3	Раздел 3. Финансирование инновационной деятельности	28	3	3	22
3.1	Финансирование инновационной деятельности	16	2	2	12
3.2	Инновационный и инвестиционный анализ	12	1	1	10
4	Раздел 4. Управление интеллектуальной собственностью	18	2	2	14
4.1	Структура интеллектуального капитала	5	0,5	0,5	4
4.2	Интеллектуальная собственность	7	0,5	0,5	5
4.3	Управление персоналом и организационная культура в инновационной организации	7	1	1	5
5	Раздел 5. Национальные инновационные системы	34	3	4	27
5.1	Национальная инновационная система (НИС)	18	1	2	15
5.2	НИС России	16	2	2	12
	ИТОГО	144	16	16	112
	Экзамен	36			
	ИТОГО	180			

4.2 Содержание разделов дисциплины

Введение. Периодизация теории инноваций. Основоположники теории инноваций – Й.Шумпетер, Н.Д.Кондратьев и др. Технологические уклады. «Руководство Осло» как основной методологический документ ОЭСР в области инноваций.

Раздел 1. Основные закономерности инновационных процессов.

1.1. Определение и классификация инноваций.

Определение инновации. Соотношение идеи, изобретения и инновации. Инновационный процесс. Диффузия инноваций. Инновационная деятельность. Инновационный менеджмент. Классификации инноваций. Продуктовая, процессная, маркетинговая, организационная инновации. Концепции новизны в инновациях. Радикальные и приростные инновации. Прорывные и поддерживающие инновации. Производственные и управленческие инновации. Организационный лаг.

1.2. Модели инновационных процессов.

Источники инноваций. Взгляды Й. Шумпетера. Линейные модели инновационных процессов. Модель продуктового цикла Абернети-Аттербек. Модель диффузии инноваций Роджерса. Модель Абернети-Кларк. Модель Хендерсон-Кларк. Модель Тиса. Циклическая модель технологической эволюции (Андерсон, Тушман). Технологическая S-образная кривая (Фостер). Технологический разрыв. Модель прорывных и поддерживающих инноваций (Кристенсен).

Раздел 2. Стратегия инноваций.

2.1. Стратегия и тактика инноваций.

«Магический кристалл» инновационной стратегии. Основные источники и стратегии инноваций. Корпоративные стратегии роста. Конкурентные стратегии. Систематический подход к инновациям. Инновационные стратегии. Benchmarking. «Стратегия голубого океана».

Управление инновациями в компании. Факторы успеха инновации.

Аудит инновационного менеджмента. Измерители инноваций.

Прогнозирование инноваций. Корпоративный технологический Форсайт. Технологические дорожные карты.

2.2. Инновационная организация. Инновационная организация (адхократия) Г. Минцберга. Стимулы, способности и реализация инноваций в организации. Организационные характеристики, способствующие инновациям. Частично и полностью интегрированные инновационные организации. Закрытые и открытые модели инновационной деятельности. Модель открытых инноваций.

Организационная культура. Создание инновационной организационной культуры.

2.3. Управление проектами и портфелем НИОКР.

Определение НИОКР. Пространство НИОКР. Изменение характера управления НИОКР. Организация промышленных НИОКР. Стратегия НИОКР. Бюджет НИОКР. Эффективное управление НИОКР. Стратегии научно-технической деятельности. Управление НИОКР и исследовательскими проектами.

Модели выбора проектов. Критерии оценки проекта.

Матрица неопределенностей Пирсона. Матрица технологического портфеля. Модель стадий и шлюзов (Р. Купер). Венчурный совет.

Раздел 3. Финансирование инновационной деятельности

3.1. Финансирование инновационной деятельности. Источники финансирования ИД. Государственное финансирование. Венчурный капитал. Источники венчурного капитала. Проблемы венчурного бизнеса в России. Прямые инвестиции. Бизнес-ангелы. Корпоративные инвесторы.

3.2. Инновационный и инвестиционный анализ. Комплексный подход к анализу эффективности инновационной деятельности. Коммерческий анализ. Научно-технический

анализ. Социальный анализ. Экологический анализ. Порядок инновационного анализа. Финансово-экономический анализ. Статические и динамические методы оценки эффективности инвестиционных проектов.

Раздел 4. Управление интеллектуальной собственностью

4.1. Структура интеллектуального капитала. Управление знаниями в организации: цели, инструменты,

4.2. Интеллектуальная собственность. Понятия интеллектуальной собственности и интеллектуального капитала. Технологическая рента. Пирамида интеллектуальной собственности. Патент. Изобретение. Полезная модель. Промышленный образец. Товарный знак. Авторское право. Коммерческая тайна. Ноу-хау. За и против защиты интеллектуальной собственности.

4.3. Управление персоналом и организационная культура в инновационной организации. Роли и личные качества персонала в инновационном процессе. Планирование, стимулирование, оценка и развитие карьеры.

Раздел 5. Национальные инновационные системы

5.1. Национальная инновационная система (НИС). Определение НИС. Технологическая глобализация и национальные особенности. Модели НИС. Факторы, определяющие НИС. Суммарный инновационный индекс как показатель инновационности государства. Структура НИС и взаимодействие ее элементов. Субъекты НИС. Роль государства. Организации инфраструктуры НИС. Недостатки НИС-подхода. НИС зарубежных стран.

5.2. НИС России. Законодательные основы инновационной деятельности (ИД) в России. Субъекты и инфраструктура ИД (наукограды, технопарки, бизнес-инкубаторы, и др.). Прямое и косвенное государственное стимулирование ИД. Проблемы ИД в России.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5
	Знать:					
1	- закономерности экономического и технологического развития общества;	+				+
2	- основные определения и терминологию в области инноваций	+	+	+	+	+
3	- закономерности протекания инновационных процессов в отраслях и организациях	+	+	+		
4	- особенности инновационных организаций и персонала, занятого инновационной деятельностью		+		+	
5	- роль и место управления инновациями в стратегии организации				+	
6	- принципы и источники финансирования инновационной деятельности			+		
7	- концепции интеллектуального капитала и интеллектуальной собственности				+	
8	- закономерности формирования и развития национальных инновационных систем;					+
9	- основы государственной политики Российской Федерации в области инновационной деятельности;					+
	Уметь:					
10	- классифицировать инновации в соответствии с международно принятыми подходами;	+				
11	- прослеживать закономерности инновационного развития отдельных отраслей и продуктовых классов;	+				
12	- формулировать инновационную стратегию компании в соответствии с ее общей стратегией;		+		+	
12	-проводить анализ инновационных проектов;			+		
14	- прогнозировать инновационную деятельность на макро- и микроуровне;		+		+	+
	Владеть:					
15	- навыками анализа инновационного потенциала организаций, отраслей, стран;	+	+		+	+
16	- навыками анализа и оценки инновационных проектов;			+		
17	- методами управления персоналом в инновационной организации.		+		+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:						

	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК					
18	- ПК-5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.4 Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов хозяйствующих субъектов ПК-5.6. Умеет выявлять потенциальные точки развития хозяйствующих субъектов в рамках реализации кросс-функциональных процессов или проектов	+	+	+	+	

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1	Классификация инноваций	2
2	1.2	Источники инноваций. Диффузия инноваций	2
3	1.2	Технологические пределы и разрывы Отраслевые продуктовые циклы	2
4	1.2	Прорывные и поддерживающие инновации	2
5-6	2.1	Стратегия и тактика инноваций	3
6	2.2	Инновационная организация	1
7	2.3	Управление проектами и портфелем НИОКР	2
8-9	3.1	Финансирование инновационной деятельности	4
10	3.2	Оценка эффективности инновационных проектов	2
11	4.1	Структура интеллектуального капитала	1
11-12	4.2	Интеллектуальная собственность	2
12	4.3	Управление персоналом и организационная культура в инновационной организации	1
13-14	5.1	НИС зарубежных стран	4
15-16	5.2	НИС России	4

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1	Классификация инноваций	1
2	1.2	Источники инноваций. Диффузия инноваций	1
3	1.2	Технологические пределы и разрывы Отраслевые продуктовые циклы	1
4	1.2	Прорывные и поддерживающие инновации	1
5-6	2.1	Стратегия и тактика инноваций	1
6	2.2	Инновационная организация	1
7	2.3	Управление проектами и портфелем НИОКР	1
8-9	3.1	Финансирование инновационной деятельности	2
10	3.2	Оценка эффективности инновационных проектов	1
11	4.1, 4.2	Структура интеллектуального капитала	1
12	4.3	Управление персоналом и организационная культура в инновационной организации	1
13-14	5.1	НИС зарубежных стран	2
15-16	5.2	НИС России	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.
- подготовка к сдаче **экзамена** по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение практических работ (максимальная оценка 20 баллов), опроса на семинарах (максимальная оценка 20 баллов), написания и презентации реферата (максимальная оценка 20 баллов) и итогового контроля в форме **экзамена** (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Рефераты объемом до 10 стр. с компьютерной презентацией в формате Power Point объемом до 15 слайдов выполняются индивидуально или попарно и презентуются перед группой с последующими ответами на вопросы. Примерные темы рефератов:

1. Национальная инновационная система Российской Федерации
2. Национальная инновационная система США
3. Национальная инновационная система Великобритании
4. Национальная инновационная система Индии
5. Национальная инновационная система Китая
6. Национальная инновационная система Сингапура
7. Национальная инновационная система Франции
8. Национальная инновационная система Германии
9. Национальная инновационная система Ирландии
10. Национальная инновационная система Швеции
11. Национальная инновационная система Израиля
12. Национальная инновационная система Бразилии
13. Национальная инновационная система Тайваня
14. Национальная инновационная система Финляндии
15. Национальная инновационная система Канады
16. Национальная инновационная система Австралии

17. Национальная инновационная система Швейцарии
18. Национальная инновационная система Казахстана
19. Национальная инновационная система ОАЭ
20. Национальная инновационная система ЮАР
21. Национальная инновационная система Норвегии
22. Элементы инновационной инфраструктуры в России: технопарки
23. Элементы инновационной инфраструктуры в России: наукограды
24. Элементы инновационной инфраструктуры в России: особые экономические зоны
25. Элементы инновационной инфраструктуры в России: бизнес-инкубаторы
26. Управление знаниями в инновационной организации

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Раздел 1.

1. Какова роль инноваций в развитии экономики и общества?
2. Какие работы экономистов легли в основу теории волнового развития экономики в 19 - начале 20 века (Х.Кларк, К.Жугляр, К.Маркс, М.Туган-Барановский, А.Гельфанд, Я.Ван Гельдерен, Дж.Китчин)?
3. В чем вклад Й.Шумпетера в теорию современного инновационного менеджмента?
4. В чем смысл циклов хозяйственной конъюнктуры и теории длинных волн Н.Д. Кондратьева?
5. Как в настоящее время теория инновационного менеджмента развивается на Западе (Джон Бернал, Саймон Кузнец, Герхард Менш, А.Кляйнкнехт, Я.Ван Дейн и др.)?
6. Каков вклад советских и российских ученых в развитие теории инновационного менеджмента?
7. Что такое технологический уклад?
8. Какова периодизация технологических укладов?
9. Чем характеризуется технологический уклад?
10. Что такое инновация? Чем инновация отличается от новшества?
11. Как соотносятся идеи, изобретения и инновации?
12. Какие стадии включает инновационный процесс?
13. Что такое диффузия инноваций?
14. Какие факторы влияют на скорость диффузии инноваций?
15. Что включает в себя инновационная деятельность?
16. Какими вопросами занимается инновационный менеджмент?
17. Как классифицировал инновации Й.Шумпетер?
18. Какие современные подходы к классификации инноваций существуют?
19. Каким образом инновации классифицируются по руководству Осло?
20. Какие изменения не признаются инновациями?
21. Как инновации классифицируются по уровню новизны?
22. Чем отличаются радикальные инновации от приростных?
23. Чем отличаются производственные и управленческие инновации?
24. Что такое организационный лаг, почему он возникает?
25. Каковы основные источники инноваций?
26. Какие источники инноваций выделил П.Друкер?
27. Чем отличаются статические и динамические модели инновационных процессов?
28. Какие выводы сделал Й.Шумпетер относительно закономерностей инновационных процессов?
29. В чем смысл модели диффузии инноваций Роджерса?

30. Какие группы потребителей инноваций выделил Роджерс? Чем они различаются?
31. Какие факторы влияют на скорость диффузии инноваций?
32. В чем отличительные черты модели диффузии инноваций Дж. Мура? В каком контексте она применима?
33. Каковы причины появления и как преодолеть «пропасть» в модели диффузии инноваций Дж. Мура?
34. Чем различаются статические и динамические модели инновационных процессов?
35. Какие аспекты инноваций рассматривает модель Абернети-Кларк?
36. Какие аспекты инноваций рассматривает модель Хендерсон-Кларк?
37. Каковы закономерности инновационных процессов в технологических отраслях в соответствии с моделью продуктового цикла Абернети-Аттербек?
38. Какие выводы для менеджмента компаний можно сделать из модели продуктового цикла Абернети-Аттербек?
39. В чем значение циклической модели технологической эволюции Андерсона, Тушмана?
40. Через какие стадии проходит отрасль или продуктовый класс в соответствии с моделью технологической эволюции Андерсона, Тушмана?
41. Что такое технологический скачок? Каковы виды технологических скачков?
42. Что такое доминирующий дизайн? Привести примеры.
43. Когда доминирующий дизайн не появляется?
44. В чем закономерности технологической эволюции в соответствии с моделью Андерсона, Тушмана?
45. Какие факторы необходимы для успеха инноваторов в соответствии с моделью Д.Тиса?
46. Какой вид имеет технологическая S-образная кривая (Р.Фостер)? Что такое технологический скачок в соответствии с технологической S-образной кривой?
47. Чем поддерживаемые инновации в модели К.Кристенсена отличаются от прорывных? Привести примеры.
48. Какова динамика развития прорывных и поддерживаемых инноваций?
49. Как осуществляется управление инновациями в компании?
50. Каковы факторы успеха инновации в компании?

Раздел 2

51. Что такое «Магический кристалл» инновационного менеджмента, для чего он используется?
52. В чем смысл использования модели типовых стратегий М.Портера в инновационном менеджменте?
53. Для чего в инновационном менеджменте используется бенчмаркинг?
54. Что такое стратегия «голубого океана»?
55. Для чего нужно прогнозирование инноваций?
56. Что такое корпоративный технологический Форсайт?
57. Для чего используются технологические дорожные карты?
58. Для чего нужен аудит инновационного менеджмента?
59. Каким образом можно измерить интенсивность инноваций в компании?
60. Что включает в себя понятие НИОКР, каково пространство НИОКР?
61. Как меняется характер управления НИОКР в настоящее время?
62. Для чего используется матрица покупки внешних технологий?
63. Каковы формы организации промышленных НИОКР?
64. Каким образом определяется бюджет НИОКР?
65. Что необходимо для эффективного управления НИОКР?
66. Почему используется проектный подход к ведению НИОКР?

67. Как выбираются проектов НИОКР при составлении технологического портфеля?
68. Какие критерии используются при оценке перспективности проектов НИОКР?
69. Какие показатели используют для финансово-экономического анализа проектов НИОКР?
70. Как осуществляется управление портфелем инновационных проектов?
71. Что такое инновационная воронка, для чего она используется?
72. Чем традиционная инновационная воронка отличается от пористой?
73. Для чего используют модель стадий и шлюзов (Р. Купера)?
74. Что такое венчурный совет, чем он занимается, кто входит в его состав?
75. Что представляет собой инновационная организация (адхократия) Г. Минцберга? В чем ее отличие от традиционной организации?
76. Как стимулы и способности организации определяют реализацию инноваций в ней?
77. Каковы организационные характеристики, способствующие инновациям?
78. Чем различаются частично и полностью интегрированные инновационные организации?
79. Чем отличаются закрытые и открытые модели инновационной деятельности, в чем их преимущества и недостатки?
80. Модель открытых инноваций Г. Chesbrough.
81. Каковы основные черты инновационной организационной культуры?
82. Как создать инновационную организационную культуру?

Раздел 3

83. Что такое интеллектуальный капитал?
84. Что входит в состав интеллектуального капитала организации?
85. Для чего нужно управление знаниями в организации?
86. Как осуществляется управление знаниями в организации? Управление знаниями в организации.
87. В чем отличие явного знания от неявного?
88. Как модель Нонаки описывает переход знания из одной формы в другую?
89. Какие стимулы нужны для управления знанием в организации?
90. Как соотносятся интеллектуальный капитал и интеллектуальная собственность?
91. Что такое технологическая рента?
92. Как выглядит пирамида интеллектуальной собственности?
93. Каковы основные виды промышленной интеллектуальной собственности?
94. Что такое патент? Каков срок его действия, что он защищает?
95. Чем отличаются изобретение, полезная модель и промышленный образец? Какие требования предъявляются при патентовании?
96. Что такое ноу-хау? Каким образом защищаются секреты производства?
97. Что такое коммерческая тайна?
98. В чем суть закона о коммерческой тайне?
99. В чем преимущества и недостатки защиты интеллектуальной собственности?
100. В чем особенности управление персоналом в инновационном процессе?
101. Каковы должны быть личные качества и роли персонала, занятого в инновационном процессе?
102. В чем особенности планирование, стимулирование, оценка и развитие карьеры персонала, занятого в инновационном процессе?

Раздел 4

103. Каковы основные источники финансирования инновационной деятельности в зрелых компаниях?
104. Каковы основные источники финансирования инновационной деятельности в стартапах?
105. Как меняется финансирование инновационной деятельности по стадиям инновационного процесса?
106. Как осуществляется государственное стимулирование инновационной деятельности?
107. Чем прямые методы стимулирования инновационной деятельности отличаются от косвенных?
108. Что собой представляет венчурный капитал? Каковы основные источники венчурного капитала?
109. Почему ограничено использование венчурного капитала в России?
110. Каковы факторы привлекательности компании для венчурных инвестиций?
111. Каковы источники прямых (венчурных) инвестиции? Кто такие бизнес-ангелы? Корпоративные инвесторы?

Раздел 5

112. Как можно оценить эффективность инновационной деятельности на страновом уровне?
113. Что такое национальная инновационная система (в соответствии с институциональным подходом)?
114. Почему в условиях технологической глобализации сохраняются национальные особенности стран?
115. Какие факторы определяют НИС?
116. Какие модели национальных инновационных систем существуют?
117. Какие показатели существуют для измерения эффективности инновационной деятельности на макроуровне?
118. Какова структура национальной инновационной системы?
119. Как взаимодействуют элементы национальной инновационной системы?
120. Каковы роль государства в национальной инновационной системе?
121. Из каких субъектов состоит национальная инновационная система?
122. Что такое особые экономические зоны? Какова их роль в инновационном процессе?
123. Что такое технополисы? Какова их роль в инновационном процессе?
124. Что такое бизнес-инкубаторы и какова их роль в инновационном процессе?
125. Что такое технопарки и какова их роль в инновационном процессе?
126. В чем недостатки НИС-подхода?
127. Каковы особенности национальной инновационной системы России?
128. Как регулируется инновационная деятельность в России?
129. Какие основные субъекты инновационной деятельности в России?
130. Как государство стимулирует инновационную деятельность в России?

В течение семестра выполняется 4 практических задания по дисциплине.

Примерная тематика практических заданий:

Практическое задание 1 (5 баллов)

Подготовить сообщение о конкретной инновации и классифицировать ее:

- По классификации Й.Шумпетера
- В соответствии с концепцией новизны (новое для предприятия/рынка/всего мира)
- В соответствии с типом по руководству Осло (продуктовая, процессная)
- По степени радикальности (радикальная-приростная)

- По классификации К.Кристенсена (прорывная/поддерживающая)
- По модели Хендерсон-Кларк - в зависимости от сохранения или разрушения
- По модели Абернети-Кларк – в зависимости от улучшения или разрушения знания компонентов и архитектуры (связей между ними)

Практическое задание 2 (5 баллов)

Подобрать примеры конкретных инноваций для различных изменений как источников инноваций П.Друкера

Практическое задание 3 (5 баллов)

На примере конкретного продуктового класса или отрасли проследить технологические скачки и формирование доминирующих дизайнов, дать определение технологических скачков (продуктовые-процессные, разрушающие-поддерживающие).

Практическое задание 4 (5 баллов)

Рассмотреть инновационную стратегию конкретной компании (например: Toyota, 3M, Apple, Microsoft, Sony и т.д.)

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (7 семестр – экзамен (очная форма), 9 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 и 2 вопрос – по 20 баллов.

Примерный перечень вопросов:

1. Роль инноваций в развитии экономики и общества
2. Разработка теории волнового развития экономики в 19 - начале 20 века (Х.Кларк, К.Жугляр, К.Маркс, М.Туган-Барановский, А.Гельфанд, Я.Ван Гельдерен, Дж.Китчин)
3. Работы Й.Шумпетера как основа современного инновационного менеджмента.
4. Циклы хозяйственной конъюнктуры и теория длинных волн Н.Д. Кондратьева.
5. Современное развитие теории инновационного менеджмента (Джон Бернал, Саймон Кузнец, Герхард Менш, А.Кляйнкнехт, Я.Ван Дейн и др.)
6. Вклад советских и российских ученых в развитие теории инновационного менеджмента
7. Понятие технологических укладов. Периодизация технологических укладов. Характеристика технологических укладов.
8. Определение инновации. Соотношение идеи, изобретения и инновации. Инновационный процесс. Диффузия инноваций.
9. Инновационная деятельность. Инновационный менеджмент как функциональная область управления в компании.
10. Классификация инноваций Й.Шумпетера. Современные подходы к классификации инноваций.
11. Классификации инноваций по руководству Осло. Изменения, не признаваемые инновациями. Концепции новизны в инновациях.
12. Радикальные и приростные инновации Производственные и управленческие инновации. Организационный лаг.
13. Источники инноваций. Классификация источников инноваций П.Друкера
14. Статические и динамические модели инновационных процессов. Взгляды Й. Шумпетера.

15. Модель диффузии инноваций Роджерса. Факторы, влияющие на скорость диффузии.
16. Модель диффузии инноваций Дж. Мура. Причины появления и преодоление «пропасти».
17. Статические и динамические модели инновационных процессов. Модель Абернети-Кларк. Модель Хендерсон-Кларк.
18. Закономерности инновационных процессов в технологических отраслях. Модель продуктового цикла Абернети-Аттербек.
19. Циклическая модель технологической эволюции (Андерсон, Тушман). Стадии эволюции.
20. Циклическая модель технологической эволюции (Андерсон, Тушман). Виды технологических скачков. Закономерности технологической эволюции.
21. Факторы, определяющие успех инноваторов. Модель Тиса.
22. Технологическая S-образная кривая (Р.Фостер). Технологический скачок.
23. Модель прорывных и поддерживающих инноваций К.Кристенсена.
24. Управление инновациями в компании. Факторы успеха инновации.
25. «Магический кристалл» инновационного менеджмента
26. Основные стратегии инноваций. Корпоративные стратегии роста. Конкурентные стратегии.
27. Инновационные стратегии. Бенчмаркинг. Стратегия «голубо океана»
28. Прогнозирование инноваций. Корпоративный технологический Форсайт. Технологические дорожные карты.
29. Аудит инновационного менеджмента. Измерители инноваций в компании.
30. Определение НИОКР. Пространство НИОКР. Изменение характера управления НИОКР.
31. Матрица покупки внешних технологий. Организация промышленных НИОКР.
32. Бюджет НИОКР. Эффективное управление НИОКР.
33. Проектный подход к ведению НИОКР. Модели выбора и критерии оценки проектов НИОКР. Матрица технологического портфеля.
34. Финансово-экономический анализ. Статические и динамические методы оценки эффективности инвестиционных проектов.
35. Управление портфелем инновационных проектов. Инновационная воронка. Модель стадий и шлюзов (Р. Купер). Венчурный совет.
36. Инновационная организация (адхократия) Г. Минцберга. Стимулы, способности и реализация инноваций в организации. Организационные характеристики, способствующие инновациям.
37. Частично и полностью интегрированные инновационные организации. Закрытые и открытые модели инновационной деятельности. Модель открытых инноваций.
38. Основные черты и создание инновационной организационной культуры.
39. Понятие и составляющие интеллектуального капитала организации.
40. Управление знаниями в организации: цели, субъекты, инструменты.
41. Управление знаниями в организации. Явное и неявное знание. Модель Нонаки.
42. Интеллектуальная собственность. Технологическая рента. Пирамида интеллектуальной собственности.
43. Патент. Изобретение. Полезная модель. Промышленный образец.
44. Ноу-хау и коммерческая тайна. За и против защиты интеллектуальной собственности.
45. Управление персоналом в инновационном процессе. Личные качества и роли персонала.

46. Управление персоналом в инновационном процессе. Планирование, стимулирование, оценка и развитие карьеры.
47. Источники финансирования инновационной деятельности. Финансирование инновационной деятельности по стадиям инновационного процесса.
48. Государственное стимулирование инновационной деятельности: Прямые и косвенные методы.
49. Венчурный капитал. Источники венчурного капитала. Факторы привлекательности компании для инвестиций.
50. Венчурный капитал. Проблемы венчурного бизнеса в России
51. Прямые инвестиции. Бизнес-ангелы. Корпоративные инвесторы. Факторы привлекательности компании для инвестиций.
52. Анализ эффективности инновационной деятельности.
53. Определение национальной инновационной системы (институциональный подход). Технологическая глобализация и национальные особенности.
54. Факторы, определяющие НИС. Модели национальных инновационных систем.
55. Измерение эффективности инновационной деятельности на макроуровне: суммарный инновационный индекс и др.
56. Структура национальной инновационной системы и взаимодействие ее элементов. Роль государства.
57. Субъекты национальной инновационной системы. Особые экономические зоны и технополисы.
58. Субъекты национальной инновационной системы. Бизнес-инкубаторы и технопарки.
59. Организации инфраструктуры НИС. Недостатки НИС-подхода.
60. Особенности национальной инновационной системы России.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (7 семестр – (очная форма), 9 семестр – (очно-заочная форма))

Экзамен по дисциплине «*Инновационный менеджмент*» проводится в 7 семестре (очная форма обучения), 9Г семестре (очно-заочная форма обучения) и включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины. Билет для *экзамена* состоит из 2 теоретических вопросов и задачи, относящихся к указанным темам.

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» зав.каф. Менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2022г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации»
Инновационный менеджмент	
Билет № _	
1. Работы Й.Шумпетера как основа современного инновационного менеджмента	
2. Управление инновациями в компании. Факторы успеха инновации. «Магический кристалл» инновационного менеджмента	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Авруцкая С.Г. Закономерности инновационных процессов в технологических отраслях: учебное пособие. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева. — 2020. – 128 с.
2. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7709-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489083>

Б. Дополнительная литература

1. Меньшиков, В. В. Коммерциализация инновационных технологий / В. В. Меньшиков, В. А. Колесников. - М.: ООО "Изд-во "ЛКМ-пресс", 2009. - 82 с.: ил.
2. Инновационная политика : учебник для вузов / Л. П. Гончаренко [и др.] ; под редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 229 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11388-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489102>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Нормативные документы

1. Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>
2. ГОСТ Р 56273.1-2014/CEN/TS 16555-1:2013 Инновационный менеджмент. Часть 1. Система инновационного менеджмента. Дата введения 2015-03-01
3. ГОСТ Р 56273.2-2016/CEN/TS 16555-2:2014 Часть 2. Менеджмент стратегического прогнозирования. Применяется с 01.06.2017
4. ГОСТ Р 56273.3-2016/CEN/TS 16555-3:2014 Инновационный менеджмент. Часть 3. Инновационное мышление. Дата введения 2017-06-01
5. ГОСТ Р 56273.4-2016/CEN/TS 16555-4:2014 Инновационный менеджмент. Часть 4. Управление интеллектуальной собственностью. Дата введения 2017-06-01
6. ГОСТ Р 56273.5-2016/CEN/TS 16555-5:2014 Инновационный менеджмент. Часть 5. Менеджмент сотрудничества. Дата введения 2017-06-01

7. ГОСТ Р 56273.6-2016/CEN/TS16555-6:2014 Инновационный менеджмент. Часть 6. Менеджмент креативности. Дата введения 2017-06-01
8. ГОСТ Р 56273.7-2016/CEN/TS16555-7:2015 Инновационный менеджмент. Часть 7. Оценка инновационного менеджмента. Дата введения 2017-06-01
9. ГОСТ Р 57313-2016 Инновационный менеджмент. Руководство по управлению инновациями. Дата введения 2017-06-01
10. ГОСТ Р 57315-2016 Инновационный менеджмент. Руководящие принципы для осуществления открытого инновационного подхода. Дата введения 2017-06-01
11. ГОСТ Р 57194.1-2016 Трансфер технологий. Общие положения. Дата введения 2017-05-01
12. ГОСТ Р 57194.2-2016 Трансфер технологий. Результаты интеллектуальной деятельности. Применяется с 01.05.2017

Научные журналы:

- «Инновационный менеджмент» ISSN 2077-3218
- «Менеджмент инноваций» ISSN 2077-1924
- «Современные наукоемкие технологии» ISSN 1812-7320 и др.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет

- <http://www.aup.ru> - Административно-управленческий портал
- <http://www.sci-innov.ru> – Федеральный портал по научной и инновационной деятельности
- <http://www.rvc.ru> – сайт Российской венчурной компании, Государственного фонда фондов, Института развития Российской Федерации
- www.rusnano.com – сайт компании «Роснано» и др.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Финансовый менеджмент»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Основные закономерности инновационных процессов.	<i>Знает:</i> – закономерности экономического и технологического развития общества; – основные определения и терминологию в области инноваций – закономерности протекания инновационных процессов в отраслях и организациях. <i>Умеет:</i> – классифицировать инновации в соответствии с международно принятыми подходами; – прослеживать закономерности инновационного развития отдельных отраслей и продуктовых классов. <i>Владеет:</i> – навыками анализа инновационного потенциала организаций, отраслей.	Оценка за опрос на практическом занятии Оценка за практические задания №1-3 Оценка за экзамен
Раздел 2. Стратегия инноваций.	<i>Знает:</i> – основные определения и терминологию в области инноваций; – закономерности протекания инновационных процессов в отраслях и организациях; – особенности инновационных организаций и персонала, занятого инновационной деятельностью <i>Умеет:</i> – формулировать инновационную стратегию компании в соответствии с ее общей стратегией. – прогнозировать инновационную деятельность на макро- и микроуровне; <i>Владеет:</i> – навыками анализа и прогнозирования инновационного потенциала организаций, отраслей. – методами управления персоналом в инновационной организации.	Оценка за опрос на практическом занятии Оценка за практическое задание № 4 Оценка на экзамене
Раздел 3. Финансирование инновационной деятельности	<i>Знает:</i> – основные определения и терминологию в области инноваций. – закономерности протекания инновационных процессов в отраслях и организациях. – принципы и источники финансирования инновационной деятельности <i>Умеет:</i> - проводить анализ инновационных проектов; <i>Владеет:</i> – навыками анализа и оценки инновационных проектов;.	Оценка за опрос на практическом занятии Оценка за экзамен (7 семестр)

Раздел 4. Управление интеллектуальной собственностью	<i>Знает:</i> – основные определения и терминологию в области инноваций; – особенности инновационных организаций и персонала, занятого инновационной деятельностью; – роль и место управления инновациями в стратегии организации. – концепции интеллектуального капитала и интеллектуальной собственности. <i>Умеет:</i> – выбрать способ защиты интеллектуальной собственности в соответствии с ее характеристиками; – анализировать соответствие организационной культуры инновационной стратегии организации; – применять разные виды мотивации для разных категорий персонала. <i>Владеет:</i> – навыками анализа инновационного потенциала организаций, отраслей, стран; – методами управления персоналом в инновационной организации	Оценка за опрос на практическом занятии Оценка за экзамен
Раздел 5. Национальные инновационные системы	<i>Знает:</i> – закономерности экономического и технологического развития общества; – основные определения и терминологию в области инноваций. – закономерности формирования и развития национальных инновационных систем. – основы государственной политики Российской Федерации в области инновационной деятельности. <i>Умеет:</i> – прогнозировать инновационную деятельность на макроуровне. <i>Владеет:</i> – навыками анализа инновационного потенциала стран.	Оценка за реферат Оценка за экзамен

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Инновационный менеджмент»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Интернет-маркетинг»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Интернет-маркетинг**» относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и маркетинга.

Цель дисциплины – состоит в формировании у обучающихся теоретических основ и практических навыков использования интернет-технологий в маркетинговой деятельности.

Задачи дисциплины:

- знать сущность и характеристики глобальной сети Интернет, основы управления веб-сайтом организации;
- разрабатывать программу продвижения организации, ее товаров и услуг в Интернете, в том числе с использованием методов контент-маркетинга и SMM;
- оценивать эффективности маркетинговой деятельности организации в Интернете.

Дисциплина «**Интернет-маркетинг**» преподается в 6 (очная форма обучения) и 8 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			организации или административного регламента организации.

Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.	ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)
Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
Владение современными инструментами	Аналитические центры и консалтинговые	ПК-8. Способен практически использовать	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым

комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- структуру российского рынка интернет-услуг;
- опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет;
- содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы;
- специфику проведения электронных рассылок, как маркетингового инструмента;
- этапы организации маркетинговых исследований в Интернете.

Уметь:

- анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве;
- определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга;
- выбирать тип сбора информации в ходе маркетинговых исследований в сети Интернет;
- разрабатывать стратегию e-mail маркетинга.

Владеть:

- современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях;
- навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций;
- технологией проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8	44,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,22	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций.	12	2	4	-	6
2.	Раздел 2. Проведение маркетинговых исследований в Интернете.	16	2	4	-	10
3.	Раздел 3. Маркетинговые коммуникации в Интернете.	11	2	4	-	5
4.	Раздел 4. Теоретические основы e-mail маркетинга.	11	2	4	-	5
5.	Раздел 5. Регулярная информационная рассылка	10	2	4	-	4
6.	Раздел 6. Основы Social Media Marketing	18	2	6	-	10
7.	Раздел 7. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга	16	2	4	-	10
8.	Раздел 8. Видео-блогинг как новый вид маркетинговых коммуникаций	14	2	2	-	10
	ИТОГО	108	16	32		60

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций.	14	2		-	12
2.	Раздел 2. Проведение маркетинговых исследований в Интернете.	16		2	-	14
3.	Раздел 3. Маркетинговые коммуникации в Интернете.	12	2		-	10
4.	Раздел 4. Теоретические основы e-mail маркетинга.	16		4	-	12
5.	Раздел 5. Регулярная информационная рассылка	18		2	-	6
6.	Раздел 6. Основы Social Media Marketing	18	2	4	-	12
7.	Раздел 7. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга	16	2	2	-	12
8.	Раздел 8. Видео-блогинг как новый вид маркетинговых коммуникаций	8		2	-	6
	ИТОГО	108	8	16		84

4.2 Содержание разделов дисциплины

Интернет-маркетинг» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Раздел 1. Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций.

Структура российского рынка интернет-услуг. Цели, задачи и современные направления развития интернет-маркетинга. Место и роль мероприятий интернет-маркетинга в продвижении российских и иностранных компаний. Способы и формы осуществления торговой деятельности в Интернете. Виды и структура веб-сайтов. Организация интернет-маркетинга. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет. Ценовые стратегии интернет-маркетинга. Принципы формирования маркетинговой стратегии в Интернете. Стратегический план интернет-маркетинга. Этапы формирования маркетинговой стратегии в Интернете.

Раздел 2. Проведение маркетинговых исследований в Интернете.

Организация маркетинговых исследований. Преимущества маркетинговых исследований в Интернете. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов. Структура потребительской аудитории интернет-рекламы. Веб-аналитика как инструмент повышения эффективности интернет-маркетинга.

Раздел 3. Маркетинговые коммуникации в Интернете.

Традиционные способы продвижения продукции в Интернете. Поисковая оптимизация и продвижение сайта. Определение и характеристика понятия «поисковая оптимизация и продвижение сайта». Преимущества технологии поисковой оптимизации и продвижения сайта, представляются промежуточные и конечные цели этого процесса. Алгоритм процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: составление списка продающих запросов (семантического ядра); составление «скелета» (нулевой версии) семантического ядра; формирование семантического ядра; подготовка семантического ядра; частотный анализ поисковых запросов (работа с сервисом Яндекс.WordStat). Текстовая реклама. Поисковые системы. Этапы разработки контекстной рекламы. Каталоги и рубрикаторы. Медийная реклама. Баннерная реклама. Инновационные технологии продвижения продукции в Интернете.

Раздел 4. Теоретические основы e-mail маркетинга.

О разнице между рассылкой и e-mail маркетингом. О пользе e-mail маркетинга. Топ ошибок в e-mail маркетинге. Элементы подписной страницы. Текст на подписной странице. Размещение ссылки на подписную страницу. Как сделать форму подписки максимально эффективной? Установка и тестирование формы подписки.

Общие правила e-mail маркетинга. Стратегия e-mail маркетинга (план на три месяца). Сбор материалов и подготовка. Планирование. Решение технических вопросов. Что и как предлагать за подписку (физические товары, электронные товары, услуги). Приветственное письмо. Тексты для e-mail рассылок. Тестирование: как увеличить отклик в несколько раз? Сервисы и платформы для проведения рассылок.

Раздел 5. Регулярная информационная рассылка

Подготовка к запуску регулярной информационной рассылки. Анализ конкурентов. Подготовка концепции регулярной информационной рассылки. Ставка на полезную или эмоциональную информацию. Тематика рассылки. Состав выпуска. Название рассылки. Источники информации. Ведущий рассылки. Регулярность рассылки. Тонкости ведения регулярных рассылок. В какой день лучше отправлять рассылку? В какое время лучше

отправлять рассылку? Как удержать от отписки? Как правильно оформить процесс отписки? С какой частотой делать рассылку? Как избежать папку «Спам»? Как узнать, доходят ли мои письма? Событийные письма. Серия рекламных писем.

Работа с базой. Как привлечь массового подписчика. Как быстро собрать базу в несколько тысяч подписчиков? Критерии сегментации. Как получить информацию о подписчике? Работа со «спящими» подписчиками. Способы дополнительной монетизации базы.

Раздел 6. Основы Social Media Marketing

Маркетинг в социальных сетях и новых медиа. Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями. Определение понятия «новые медиа» и рассматриваются возможности различных каналов маркетинговых коммуникации на их основе. Анализируется маркетинговый инструментарий основных социальных сетей: Вконтакте, Одноклассники. Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и социальных сетях. Характеристика маркетинговых коммуникаций, осуществляемых в социальных сетях: построение сообществ бренда; работа с блогосферой; репутационный менеджмент; персональный брендинг; нестандартное SMM-продвижение.

Таргетированная реклама в социальных сетях. Что такое таргетированная реклама и зачем она нужна? Эффективный таргетинг. Ключевые элементы. Преимущества таргетированной рекламы перед другими рекламными механизмами. Особенности таргетированной рекламной компании. Основы стратегического планирования в таргетированной рекламе. Формирование ответов на ключевые вопросы: что, кому, как и где продавать? Этапы разработки таргетированной рекламы. Таргетированная реклама в социальных сетях.

Раздел 7. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга

Показатели эффективности Интернет-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Интернет-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; PageRank; посещаемость сайта. Показатели эффективности Интернет-рекламы. Удельная «стоимость» одного действия пользователя, совершенного на сайте рекламодателя благодаря размещаемой рекламе; отношение количества посетителей, принявших нужное рекламодателю решение к общему числу посетивших сайт пользователей; удельная «стоимость» одной покупки, совершенной пользователем на сервере рекламодателя благодаря размещенной рекламодателем рекламе; «стоимость» одного посетителя сервера рекламодателя; отношение количества кликов по рекламному объявлению/баннеру к числу показов рекламного объявления/баннера, выраженное в процентах; отношение покупателей товара/услуги или пользователей сервисов данного сайта по отношению ко всем посетителям веб-страницы.

Раздел 8. Видео-блогинг как новый вид маркетинговых коммуникаций

Почему YouTube – отличная площадка для развития? Важное предупреждение: без понимания этой вещи начинать нельзя! Блоггинг – это слава и новые знакомства. Еще плюсы: рекламодатели, дорогие игрушки, путешествия и другая халява. Обратная сторона блогинга). Монетизация: сколько можно заработать на YouTube? Три главных способа монетизации блога. Что такое рекламные проекты? Возможности YouTube для вашего бизнеса. Партнерки и мультиканальные сети. Как побороть свои комплексы? Преодоление страха неоригинальности. Главные правила съемки видео. Как организовать съемочный процесс? Выбор тем для роликов. Как найти направление роликов? Пять жанров видеоблогинга. Фирменные стиль канала. Где искать идеи для контента. Что такое

компиляции. Как подсмотреть, но не копировать? Обзор каналов с яркими стилями. Настоящий ты или придуманный образ?

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5	Раздел 6	Раздел 7	Раздел 8
	Знать:								
1	– структуру российского рынка интернет-услуг;	+		+					
2	– опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет;	+	+	+	+	+	+	+	+
3	– содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы;			+			+		
4	– специфику проведения электронных рассылок, как маркетингового инструмента;				+	+			
5	– этапы организации маркетинговых исследований в Интернете.		+				+	+	
	Уметь:								
6	– анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве;	+	+	+	+	+	+	+	+
7	– определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга;		+					+	
8	– выбирать тип сбора информации в ходе маркетинговых исследований в сети Интернет;		+				+		
9	– разрабатывать стратегию e-mail маркетинга.				+	+			
	Владеть:								
10	– современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях;	+	+	+	+	+	+	+	+
11	– навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций;			+	+	+	+		+
12	– технологией проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.		+	+					
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>									
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК							

13	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	– ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	+	+	+	+	+	+	+	+	+
		– ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	+	+	+	+	+	+	+	+	+
		– ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	+	+	+	+	+	+	+	+	+
14	– ПК-7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры	– ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения	+	+	+	+	+	+	+	+	+
		– ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы	+	+	+	+	+	+	+	+	+
15	– ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	– ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	+	+	+	+	+	+	+	+	+
		– ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности	+	+	+	+	+	+	+	+	+

		– ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	+	+	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций.	Каналы коммуникации Цели коммуникации (знание бренда, охват) Что из этого имеет диджитал-формат? Интернет-каналы Терминология Воронка на самом деле – пирамида Составить путь клиента, который хочет купить товар: - с чем он сталкивается на каждом шагу принятия решения о покупке? - Какие инструменты нужны на каждом шагу его пути? Как довести его до покупки?	4
2	Раздел 2. Проведение маркетинговых исследований в Интернете.	Инструменты для продвижения в интернете Инструменты продвижения B2B Подобрать набор B2B - инструментов и сообщение, которое мы с их помощью будем доносить, для продвижения Яндекс.Директа (платформа для управления рекламой) на каждом из этапов принятия решения о покупке	4
3	Раздел 3. Маркетинговые коммуникации в Интернете.	Медиапланирование введение Медиапланирование -1 Медиапланирование -2 Работа в Яндекс Директе	4
4	Раздел 4. Теоретические основы e-mail маркетинга.	Веб-аналитика (практика)	4
5	Раздел 5. Регулярная информационная рассылка	Контент-маркетинг Что такое контент сайта Как устроена работа внутри издателя: кто формирует контент, какие цели ставится, какие есть подходы к работе с контентом сайта Как вовлекать и удерживать аудиторию помимо контента: чаты, подписки и др. интерактив (примеры best practice) Метрики эффективности: ретеншн-рейт, глубина и т.п.: какие есть и что они означают? Примеры супер-успешных с точки зрения контента сайтов На что влияет контент сайта Дистрибуция контента: возможности, особенности, грабли, подводные камни	4

6	Раздел 6. Основы Social Media Marketing	Электронная коммерция Путь клиента и грабли на его пути (загрузка сайта, отсутствие нужного товара, некорректная форма заказа, возможности по оплате и т.п. - типичные ошибки ИМ) Настройка таргетированной рекламы в Вконтакте	6
7	Раздел 7. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга	Основные группы отчетов и возможности кастомизации отчетов Какие группы задач решает веб-аналитика (техническая сторона работы сайта, анализ UX, анализ эффективности рк и источников трафика, маркетинговая аналитика) Связь онлайн и офлайн Какие данные можно передавать дополнительно Кейсы Что такое UX? Как его измерять? как сделать сайт user-friendly? Как продвигать сайт в зависимости от его размера, типа товаров, как догонять) Как сделать аудиторию лояльной? (знание бренда, простое название сайта, подписки и пуши и др. инструменты привязки аудитории к сайту)	4
8	Раздел 8. Видео-блогинг как новый вид маркетинговых коммуникаций	Итоговое практическое задание Развиваем контентную площадку: формируем контент-план, продвигаем, настраиваем монетизацию	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 2. Проведение маркетинговых исследований в Интернете	Инструменты для продвижения в интернете Инструменты продвижения B2B	2
2	Раздел 4. Теоретические основы e-mail маркетинга.	Практика составления тематических писем	4
3	Раздел 5. Регулярная информационная рассылка	Контент-маркетинг	2
4	Раздел 6. Основы Social Media Marketing	Настройка таргетированной рекламы в Вконтакте	4
5	Раздел 7. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга	Кейсы Что такое UX? Как его измерять? как сделать сайт user-friendly? Как продвигать сайт в зависимости от его размера, типа товаров, как догонять) Как сделать аудиторию лояльной? (знание бренда,	2

		простое название сайта, подписки и пуши и др. инструменты привязки аудитории к сайту)	
6	Раздел 8. Видео-блогинг как новый вид маркетинговых коммуникаций	Развиваем контентную площадку: формируем контент-план, продвигаем, настраиваем монетизацию	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 50 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 40 баллов), и доклада (максимальная оценка 10 баллов)

8.1. Примерная тематика докладов.

1. Использование методов интернет-рекламы при продвижении компании в Интернете.
2. Корпоративный Веб-сайт предприятия как инструмент маркетинга.
3. Корпоративный портал предприятия как инструмент продвижения на рынке.
4. Интернет-услуги для продвижения товаров.
5. Продвижение торговой марки в Интернете. Интернет-брендинг.
6. Современные информационные технологии в маркетинговой деятельности предприятия.
7. Повышение конкурентоспособности малых предприятий на основе интернет-технологий.
8. Поведение потребителей в Интернете.

9. Электронная коммерция.
10. Автоматизация маркетинговой деятельности.
11. Критерии оценки эффективности информационных систем.
12. Оценка эффективности внедрения интернет-технологий.
13. Маркетинговые исследования в Интернете.
14. E-mail-маркетинг.
15. Public Relations в Интернете.
16. Маркетинговые коммуникации в Telegram.
17. Маркетинговые коммуникации в TikTok.
18. Маркетинговые коммуникации в Одноклассники.
19. Маркетинговые коммуникации в ВКонтакте.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы и оценки за работу на практических занятиях. Максимальная оценка за контрольную работу №1 составляет 10 баллов, за контрольные работы 2 и 3 составляет 20 баллов за каждую.

Практическое задание. Максимальная оценка 10 баллов

Разработать контент-план для вашего сообщества Вконтакте.

Если у вас нет сообщества, то нужно выбрать любое из следующих категорий:

- а) развлекательное — например, [Clique](#);
- б) услуги — например, [Tilda Publishing](#);
- в) товары — например, [Madrobots.ru](#).

Повторим – вы можете выбрать абсолютно любое сообщество. Выше указаны только примеры.

Проанализировать двух–трёх конкурентов с помощью сервиса [popsters.ru](#), чтобы понять, какие типы контента они размещают и какие интересные ходы можно у них почерпнуть.

Практическое задание. Максимальная оценка 10 баллов

Выбрать одну из основных целей вашей таргетированной рекламы:

- привлечение подписчиков в группу;
- заказы на сайте;
- заказы через сообщения сообщества.

Описать методы настройки аналитики для выбранной цели.

Как можно отследить эффективность работы ваших объявлений? Через что можно оценить выполнение KPI по поставленной цели?

Задания должны быть выполнены в Google-документах с возможностью просмотра по ссылке.

Практическое задание. Максимальная оценка 10 баллов

Разработать объявления для левого рекламного блока. Написать текст, подобрать креатив, обработать фотографии и нанести текст на изображение. Нужно сделать 3 креатива 145x85 с текстом и 3 креатива 145x165 с большим изображением.

Для этого вы можете воспользоваться шаблонами для Photoshop (145x85, 145x165), визуальными редакторами [www.canva.com](#), [crello.com](#) или [pixlr.com](#).

Разработать по 3 объявления для пользовательской ленты.

Для записей с кнопкой нужно разработать текст с призывом к действию (не более 220 символов) и прикрепить изображение 537x240.

Для универсальных записей нужно написать продающий текст с призывом к действию, и прикрепить изображение 800x600 или 800x800, в зависимости от вашей фантазии.

Все задания должны быть выполнены в Google-документах с возможностью просмотра по ссылке.

Практическое задание. Максимальная оценка 10 баллов

Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO) и продвижение сайта в поисковых системах – один из основных инструментов Интернет-маркетинга. Чем ближе сайт находится в топе поисковой выдачи, тем больше целевой аудитории и потенциальных клиентов. Выберите 7-10 поисковых запросов из семантического ядра, составленного в предыдущем задании, и проверьте, на каких местах в основных поисковых системах находится сайт исследуемой компании. Для этого вы можете использовать как поисковики, так и специализированные сервисы. После заполнения таблицы сделайте вывод о том, по каким поисковым запросам требуется дополнительное продвижение.

№	Поисковой запрос	Номер позиции в поисковых системах		
		Яндекс	Rambler	Google
...				
N				

Основываясь на результатах, полученных в предыдущем задании, определите сайты ближайших конкурентов исследуемой компании. Для этого в таблице по выбранному перечню поисковых запросов и соответствующим им местам, занимаемым сайтом в поисковиках, определите сайты- конкуренты, находящиеся на предыдущей и последующей позициях. Из полученного списка выберите 3 наиболее часто встречающиеся компании.

Выявление сайтов предприятий конкурентов в Интернете

№	Поисковой запрос	Поисковая система	Занимаемая позиция	ИС предприятия-конкурента	
				Предыдущая позиция	Последующая позиция
1					
2					
..					
N					

Контрольная работа №1. Максимальная оценка 10 баллов.

Удобство пользование Интернет-ресурсом во многом определяет, сколько времени пользователь проведет на нем, какие разделы посетит, захочет ли вернуться, посоветует ли друзьям. В карте сайта представляется полный перечень разделов и/или всех страниц, имеющихся на сайте.

Графическое представление карты сайта позволяет лучше проанализировать его структуру. Посетите сайт высшего учебного заведения и составьте структуру сайта в графическом виде.

Контрольная работа №2. Максимальная оценка 20 баллов.

Выберите любую компанию и посетите ее сайт. Определите перечень поисковых запросов (словосочетаний и слов), которые могут использоваться мотивированной и целевой аудиторией для поиска в Сети продуктов или услуг выбранной вами компании. Для этого осуществите следующие этапы:

- Выберите термины, которые используются в информационном контенте сайта и в других рекламных материалах компании.
- Предположите, какие дополнительные термины могут использоваться в поисковых запросах потенциально мотивированными посетителями.
- К полученному перечню добавьте синонимы и родственные слова, способствующие наиболее полному охвату целевой аудитории.
- В онлайн сервисах статистики запросов поисковых систем «Яндекс», «Рамблер», «Google» или др. проверьте количество запросов по каждому из выявленных вами слов.
- Дополните список реально существующими запросами по той же тематике из этих онлайн сервисов.

В завершении составьте таблицу и оцените объем целевой аудитории компании в сети Интернет.

Составление семантического ядра сайта и определение объема целевой аудитории компании в сети Интернет

№	Поисковой запрос	Популярность запроса в основных поисковых системах		
		Яндекс	Rambler	Google
1				
2				
..				
N				
ИТОГО:				

Контрольная работа №3 в виде опроса. Максимальная оценка 20 баллов.

1. SEO оптимизация. Преимущества и недостатки использования.
2. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде.
3. Новые виды интернет-маркетинга и лидогенерации.
4. Основные принципы и методы поддержки сайтов.
5. Способы монетизации интернет-проектов.
6. Электронная коммерция. Виды электронной коммерции.
7. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.
8. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете.
9. Конкурс как инструмент лидогенерации.
10. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.
11. Электронный журнал. Сущность, цели, виды, применение.
12. Электронный журнал. Структура электронного журнала.
13. Юзабилити сайта.
14. Подписная страница. Сущность, цели, виды, применение.
15. Формы продаж в Интернете.
16. Основные виды рекламных носителей в Интернете.
17. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете.
18. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение.
19. Конференции, семинары, тематические форумы.
20. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение.
21. Управление мнением сообществ в социальных сетях.

22. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.
23. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение.
24. Современные технологии в электронном бизнесе.
25. Показатели эффективности деятельности компании в SMM.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (6 семестр – зачет (очная форма), 8 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>

2. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467833>

Б. Дополнительная литература

1 Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492979>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- Журнал «Интернет-маркетинг». ISSN: 2619-1369;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде
«<https://www.cossa.ru>»
- Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>
- <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора
- <http://economics.ru> Economics.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
- <http://eonom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека
- http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Интернет-маркетинг*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций.	<i>Знает:</i> – структуру российского рынка интернет-услуг; – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; <i>Владеет:</i> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях;	Оценка за практические занятия Оценка за зачет
Раздел 2. Проведение маркетинговых исследований в Интернете.	<i>Знает:</i> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; – этапы организации маркетинговых исследований в Интернете. <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; – определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга; – выбирать тип сбора информации в ходе маркетинговых исследований в сети Интернет; <i>Владеет:</i> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; – технологией проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.	Оценка за контрольную работу №1 Оценка за зачет
Раздел 3. Маркетинговые	<i>Знает:</i> – структуру российского рынка	Оценка за практические

коммуникации в Интернете.	интернет-услуг; – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; – содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы; <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; <i>Владеет:</i> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций; – технологией проведения маркетинговых исследований в сети Интернет.	занятия Оценка за зачет
Раздел 4. Теоретические основы e-mail маркетинга.	<i>Знает:</i> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; – специфику проведения электронных рассылок, как маркетингового инструмента; <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; <i>Владеет:</i> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций.	Оценка за практические занятия Оценка за зачет

Раздел 5. Регулярная информационная рассылка	<i>Знает:</i> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; – содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы; – специфику проведения электронных рассылок, как маркетингового инструмента; – этапы организации маркетинговых исследований в Интернете. <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; – разрабатывать стратегию e-mail маркетинга. <i>Владеет:</i> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций.	Оценка за контрольную работу №2 Оценка за зачет
Раздел 6. Основы Social Media Marketing	<i>Знает:</i> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; – этапы организации маркетинговых исследований в Интернете. <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; – выбирать тип сбора информации в ходе маркетинговых исследований в сети Интернет. <i>Владеет:</i> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных	Оценка за зачет

	сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций;	
Раздел 7. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга	<i>Знает:</i> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; – определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга; <i>Владеет:</i> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях;	Оценка за практические занятия Оценка за зачет
Раздел 8. Видео-блогинг как новый вид маркетинговых коммуникаций	<i>Знает:</i> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; <i>Владеет:</i> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций;	Оценка за контрольную работу в форме опроса №3 Оценка за доклад Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Интернет-маркетинг»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«История управленческой мысли»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом технических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Т.Н. Шушуновой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина «**История управленческой мысли**» относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и менеджмента.

Цель дисциплины – формирование знаний и способностей, позволяющих понять влияние экономических, социальных, политико-правовых и технологических факторов на становление и дальнейшее развитие практик и теории менеджмента сквозь призму различных этапов эволюции.

Задачи дисциплины:

- понять систематику периодизация истории управленческой мысли;
- изучить основные теоретические школы управления;
- сформировать представление об исторических тенденциях в теории управления;
- определить основные этапы развития управленческой мысли;
- получить целостное представление об истории управленческой мысли;
- владеть способностью самостоятельно оценивать значимость различных теорий менеджмента.

Дисциплина «**История управленческой мысли**» преподается в 4 (очная форма обучения) и 3 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Индикаторы
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает основные социально-философские подходы; закономерности и трактовки исторических явлений; понимает сущность культурного разнообразия в обществе
		УК-5.2. Умеет понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
		УК-5.3. Владеет навыками адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; конструктивного взаимодействия в мире культурного многообразия с использованием признанных этических норм

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- историю становления и развития управленческой мысли в области менеджмента организаций;
- достижения основных школ и подходов в классическом менеджменте индустриальной эпохи;
- актуальные современные тенденции в развитии менеджмента организаций постиндустриальной эпохи.

Уметь:

- критически анализировать достижения мировой управленческой мысли;
- соотносить проблемы менеджмента современных организаций с актуальными для их разрешения достижениями мировой управленческой мысли;
- формировать и отстаивать собственную позицию по современным проблемам менеджмента организаций.

Владеть:

- навыками анализа опыта мирового менеджмента для решения актуальных проблем управления современными организациями;
- навыками использования разнообразных методологических подходов к анализу управленческих проблем;
- навыками использования положений и категорий истории менеджмента как науки для оценивания и анализа различных тенденций, фактов и явлений в управлении организациями.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции	0,445	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,445	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,11	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,44	16	12
Лекции	0,22	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,56	92	69
Контактная самостоятельная работа	2,56	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		91,8	68,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Донаучный период развития управленческой мысли.	36	6	6	-	24
2.	1.1. Введение в дисциплину. Периодизация истории менеджмента.	12	2	2	-	8
3.	1.2. Зарождение менеджмента. Особенности управления в цивилизациях Древнего Востока и античной цивилизации.	12	2	2	-	8
4.	1.3. Управленческая мысль в эпоху Возрождения.	12	2	2	-	8
5.	Раздел 2. Научный подход в развитии менеджмента. Современный менеджмент.	36	6	6	-	24
6.	2.1. Предшественники научного менеджмента	12	2	2	-	8
7.	2.2. Современные подходы в менеджменте.	24	4	4	-	16
8.	Раздел 3. Развитие управления в России.	36	4	4	-	28
9.	3.1. Зарождение менеджмента в России	18	2	2	-	14
10.	3.2. Особенности и перспективы российского менеджмента	18	2	2	-	14
	ИТОГО	108	16	16	-	76

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Донаучный период развития управленческой мысли.	36	3	3	-	30
2.	1.1. Введение в дисциплину. Периодизация истории менеджмента.	12	1	1	-	10
3.	1.2. Зарождение менеджмента. Особенности управления в цивилизациях Древнего Востока и античной цивилизации.	12	1	1	-	10
4.	1.3. Управленческая мысль в эпоху Возрождения.	12	1	1	-	10
5.	Раздел 2. Научный подход в развитии менеджмента. Современный менеджмент.	36	3	3	-	30
6.	2.1. Предшественники научного менеджмента	12	1	1	-	10
7.	2.2. Современные подходы в менеджменте.	24	2	2	-	20
8.	Раздел 3. Развитие управления в России.	36	2	2	-	32
9.	3.1. Зарождение менеджмента в России	18	1	1	-	16
10.	3.2. Особенности и перспективы российского менеджмента	18	1	1	-	16
	ИТОГО	108	8	8	-	92

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Донаучный период развития управленческой мысли.

1.1. Введение в дисциплину. Периодизация истории менеджмента. Основные особенности развития методов управления в доиндустриальную, индустриальную и постиндустриальную эпохи. Основные факторы развития практики менеджмента и управленческой мысли.

1.2. Зарождение менеджмента. Особенности управления в цивилизациях Древнего Востока и античной цивилизации. Религиозно – коммерческая управленческая революция. Светско-административная управленческая революция. Свод законов Хаммурапи. Производственно-строительная управленческая революция. Деятельность Навуходоносора II. Государственное и военное управление. Управленческая мысль в Древней Греции. Римская империя и развитие управления.

1.3. Управленческая мысль в эпоху Возрождения. Принципы управления Н. Макиавелли. Факторы и условия становления и развития промышленного капитализма. А.Смит о сущности управленческого труда. Утопия Оуэна, его вклад в развитие менеджмента. Зарождение теории менеджмента в США.

Раздел 2. Научный подход в развитии менеджмента. Современный менеджмент.

2.1. Предшественники научного менеджмента. Школа научного управления. Ф.У. Тейлор и др. представители. Хронометрирование. Система оплаты труда. Административная школа А. Файоля. Функции управления, принципы управления. Качества администратора. Теория бюрократии М. Вебера. Школа человеческих отношений. Э.Мэйо. Хоторнский эксперимент и его основные выводы. М. П. Фоллет. Ч. Барнард. Власть в организации. Формальная и неформальная организация. Развитие управленческой мысли в рамках поведенческой школы. Основные представители, характеристика основных положений.

2.2. подходы в менеджменте. Основы количественного подхода, значение математических методов в управлении. Процессный подход как концепция управленческой мысли. Основы системного подхода. Ситуационный подход в менеджменте. Концепция управления по целям П. Друкера. Современные модели менеджмента. Влияние национально-исторических факторов на формирование национальной модели менеджмента. Японская модель менеджмента. Американская модель менеджмента. Европейская модель менеджмента.

Раздел 3. Развитие управления в России.

3.1. Зарождение менеджмента в России (начало XX в). Особенности развития капитализма в России. Предпосылки возникновения научного менеджмента в России. Распространение тейлоризма. Концепция НОТа А. Журавского. Культура труда и управления А. Гастева: трудовое обучение, культура труда. Разработки харьковской школы управления. Ф.Дунаевский: функции управления, вопросы дисциплины, «теория распоряжений». А. Богданов и его вклад в развитие теории управления и общей теории систем.

3.2. Особенности и перспективы российского менеджмента. Управленческий аспект перехода к рыночной экономике. Использование мирового опыта в постсоветской России. Российская модель менеджмента, проблемы ее формирования.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	
	Знать:				
1	– историю становления и развития управленческой мысли в области менеджмента организаций;	+	+	+	
2	– достижения основных школ и подходов в классическом менеджменте индустриальной эпохи;	+		+	
3	– актуальные современные тенденции в развитии менеджмента организаций постиндустриальной эпохи.	+	+		
	Уметь:				
4	– критически анализировать достижения мировой управленческой мысли;	+	+	+	
5	– соотносить проблемы менеджмента современных организаций с актуальными для их разрешения достижениями мировой управленческой мысли;	+	+	+	
6	– формировать и отстаивать собственную позицию по современным проблемам менеджмента организаций.	+	+	+	
	Владеть:				
7	– навыками анализа опыта мирового менеджмента для решения актуальных проблем управления современными организациями;	+	+	+	
8	– навыками использования разнообразных методологических подходов к анализу управленческих проблем;	+	+		
9	– навыками использования положений и категорий истории менеджмента как науки для оценивания и анализа различных тенденций, фактов и явлений в управлении организациями.		+		
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК			
10	– УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	УК-5.1. Знает основные социально-философские подходы; закономерности и трактовки исторических явлений; понимает сущность культурного разнообразия в обществе		+	+
		УК-5.2. Умеет понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	+	+	+

		УК-5.3. Владеет навыками адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; конструктивного взаимодействия в мире культурного многообразия с использованием признанных этических норм		+	

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Развитие управления в древнем Китае и в Индии	2
2	1	Англия – центр менеджмента в 18 веке	2
3	1	Лилиан и Фрэнк Гилбрет, Генри Гант – вклад в развитие управленческой мысли. Диаграмма Ганта, правила ее построения, значение.	2
4	2	Г.Форд как представитель классического направления менеджмента.	2
5	2	Теория идеальной бюрократии. Использование теории бюрократии в современности	4
6	3	Влияние национальных культурных традиций на формирование национальной модели менеджмента	2
7	3	Менеджмент в советской России. Препятствия и перспективы. Предпосылки зарождения менеджмента в России	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Развитие управления в древнем Китае и в Индии	1
2	1	Англия – центр менеджмента в 18 веке	1
3	1	Лилиан и Фрэнк Гилбрет, Генри Гант – вклад в развитие управленческой мысли. Диаграмма Ганта, правила ее построения, значение.	1
4	2	Г.Форд как представитель классического направления менеджмента.	1
5	2	Теория идеальной бюрократии. Использование теории бюрократии в современности	2
6	3	Влияние национальных культурных традиций на формирование национальной модели менеджмента	1
7	3	Менеджмент в советской России. Препятствия и перспективы. Предпосылки зарождения менеджмента в России	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 60 баллов), практических работ (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 20 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 1.1.

1. Этапы становления и основные направления развития управленческой мысли.
2. Возникновение управленческой мысли в древних цивилизациях.
3. Управленческая мысль Древнего Китая.
4. Управленческая мысль в Древней Греции.
5. Особенности управленческой мысли Древнего Рима.
6. Управленческие представления раннего христианства.
7. Особенности организации управления в варварских государствах.
8. Особенности управления империей гуннов.
9. Королевство франков: управление при Меровингах, особенности управления при Каролингах.
10. Правовые документы: «варварские правды», содержащие в себе контур управления – наличие единовластия верховного правителя, выделение судебной власти, общественного собрания (законодательного органа), истоки управления имуществом, инструменты методов поощрения и наказания.
11. Представления о структуре и функциях управления в период правления Карла I Великого.
12. Управленческие идеи Н. Макиавелли.
13. Основа организации управления государством – рациональное сочетание светской власти и норм христианской религии.

14. Структура управления Византией. Особенности управления при различных династиях: от Диоклетиана до Юстиниана I Великого.
15. Управление в Англии. Первые упоминания Британии в работах древних авторов: Тит Левий, Страбон, Тацит, Иордан, Светоний («Анналы»).
16. Формирование системы власти и управления в Англии. Основные направления развития в области управления, введенные Эльфредом Великим.
17. Особенности структуры управления Англией в период становления монархии. Предпосылки создания абсолютизма (XVI в.)
18. Правление Македонской династии. Лев VI и его «Книга эпарха».
19. Константин VII «Об управлении империей», «Придворный устав». Причины упадка Византии.
20. Формирование системы власти и управления в Англии.
21. Основные направления развития в области управления, введенные Эльфредом Великим.
22. Управленческие воззрения Вольтера.
23. Взгляды на управление государством М. Робеспьера.
24. Роберт Оуэн как предтеча научного менеджмента.
25. Особенности управленческих взглядов Ч. Бэббиджа..

Вопрос 1.2.

1. Структура управления в Киевской Руси (IX–XI вв.).
2. «Повесть временных лет» об особенностях формирования и реализации властных полномочий русских князей.
3. Роль Великого князя, старшей и младшей дружины в становлении системы государственного управления.
4. «Русская правда» – древнерусский свод законов. Владимир Мономах и его «Поучение».
5. Правление Ивана Калиты и идея формирования сильного Московского княжества.
6. Иван IV (Грозный) и его реформы системы управления.
7. Развитие российской управленческой мысли в работах Афанасия Лаврентьевича Ордин-Нащекина («Новоторговый устав»).
8. Развитие российской управленческой мысли в работах Юрия Крижанича («О промысле»).
9. Реформы Петра I как этап развития управленческой мысли.
10. Взгляды на государственное управление И.Т. Посошкова.
11. Ломоносов и его отношение к вопросам управления.
12. Вклад государственных деятелей России и развитие идей управления.
13. Взгляды В.И. Ленина на государственное и хозяйственное управление.
14. Становление советской управленческой мысли.
15. Г.Х. Попов о развитии советской управленческой линии. Разработка проблем управления в 70-е – 90-е годы.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 2.1.

1. Основные значения понятия «менеджмент». Соотношение понятий «менеджмент» и «управление».
2. Основные подходы в управлении (процессный, системный, ситуационный).
3. Уровни менеджмента. Роли менеджеров в организации по Г. Минцбергу.
4. Навыки менеджера по Л. Кацу.

5. Проблема периодизация истории и теории менеджмента.
6. Становление практик менеджмента и теории управления в эпоху торгового и ранних этапов промышленного капитализма.
7. Влияние комбинации контекстуальных факторов на становление промышленного капитализма и менеджмента.
8. Взаимосвязь между менеджментом и социально-экономической модернизацией.
9. Промышленная революция и ее влияние на изменение организации производства и становление менеджмента.
10. Значение идей А. Смита для развития теории и практики управления.
11. Р. Аркрайт – основатель английской промышленной системы.
12. Идеи Э. Уитни о стандартизации и взаимозаменяемости в промышленном производстве.
13. Р. Оуэн как реформатор ранней системы управления промышленным предприятием.
14. Ч. Бэббидж и его вклад в концепцию разделения труда, развитие научного подхода к исследованию промышленной организации.
15. Э. Ур как защитник фабрично-заводской системы организации труда.
16. МакКаллем как организатор системы управления на железнодорожном транспорте.
17. Вклад Американского общества инженеров и механиков в становление научного менеджмента.
18. Школа научного менеджмента. Вклад Американского общества инженеров и механиков в становление научного менеджмента.
19. Принципы научного менеджмента Ф.У. Тейлора.
20. Вклад Гантта в развитие методологии научного менеджмента.
21. Ф. и Л. Гилбреты: усовершенствование инструментария изучения рабочих движений.
22. Философия эффективности Г. Эмерсона.
23. Применение теории научного менеджмента в муниципальном управлении М.Куком.
24. Школа административного менеджмента.
25. Теория бюрократической организации М. Вебера.

Вопрос 2.2.

1. А. Файоль и его вклад в изучение принципов функционирования и методов управления промышленной организацией.
2. Синтез идей научного менеджмента и административной школы в работах Муни, Рейли, Урвика, Гьюлика.
3. Школа человеческих отношений.
4. Х. Мюнстенбергер – создатель психотехники.
5. М.П. Фоллет как основатель социально-психологического подхода к изучению организационных проблем.
6. Организация проведения Хоторнских экспериментов (Диксон, Ротлисбергер) и значение их результатов для изучения социально-психологических аспектов управления организацией.
7. Э. Мэйо и его вклад в обобщение результатов Хоторнских экспериментов.
8. Ч. Барнард и его теория организации, концепция наделения полномочиями.
9. Основные задачи школы науки управления. Методология школы науки управления и ее вклад в развитие прикладных аспектов менеджмента.
10. Вклад У. Э. Деминга, Дж. Джурана в развитие методологии управления качеством.

11. Основные принципы и значение «всеобщего управления качеством»
12. Вклад японской системы менеджмента в развитие проблем управления качеством, производственного менеджмента, организационной культуры, стратегического менеджмента.
13. Сравнительный анализ основных поведенческих теорий лидерства.
14. Сравнительный анализ основных ситуационных теорий лидерства.
15. Источники возникновения и методы управления межличностными конфликтами. Матрица Т. Килмена.
16. Значение общей теории систем и кибернетики для менеджмента. Организация как открытая социальная система.
17. Вклад ситуационной школы менеджмента в понимание подходов к управлению и построению организации.
18. Типология организационных культур. Национальные особенности организационной культуры по Г. Хофшtedу. Модель организационной культуры Лэйн и Дистефано.
19. Уровни организационной культуры по Э. Шайну. Характеристики организационной культуры по П. Харрису и Р. Морану.
20. Научный менеджмент в России до революции 1917 г.
21. Развитие управленческих идей в России в советский период (1920-1930-е гг.).
22. Дж. Рокфеллер и Э. Карнеги как создатели вертикально-интегрированных компаний
23. Г. Форд и его вклад в развитие теории и практики менеджмента.
24. Принципы реорганизации структуры и системы управления диверсифицированной компании А. Слоуном.
25. Ли Якокка как антикризисный менеджер.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 3.1.

1. Новая школа науки управления.
2. Связь школы науки управления с научной методологией (математика, статистика, системный анализ, кибернетика и др.).
3. Вклад школы науки управления в развитие операционного менеджмента и методологию принятия решений.
4. Методология управления качеством (У. Э. Деминг, Джозеф Джуран).
5. Новая школа наук о поведении и ее вклад в изучение социально-психологических факторов управления.
6. Организационные системы по Р. Лейкерту.
7. Теории «Х» и «Y» Д. МакГрегора.
8. Исследования проблем мотивации, лидерства, групповой динамики, коммуникации, управления конфликтами.
9. Системный подход в менеджменте.
10. Общая теория систем (Л.фон Берталанфи, А. Раппопорт) и ее значение в менеджменте.
11. Вклад кибернетики (Н. Виннер, Бир) в развитие теории управления.
12. Концепция организации как социальной системы.
13. Функции социальных подсистем по Т. Парсонсу.
14. Системный подход в менеджменте и его значение для теории и практики управления.
15. Организация как социотехническая система.
16. Теория ресурсной зависимости.

17. Ситуационный подход в менеджменте.
18. Теория «организмической» и «механистической» организации Т. Бернса и Г. Сталкера.
19. Теория П. Лоуренса и Дж. Лорша.
20. Исследование взаимосвязи между ситуационными факторами и принципами и методами управления организацией.
21. Вклад ситуационного направления в изучение проблем мотивации и лидерства.
22. Влияние новых информационных технологий на методы и принципы управления в постиндустриальном обществе.
23. Главные темы в менеджменте на современном этапе.
24. Концепция обучающихся организаций.
25. Теория «виртуальной компании»..

Вопрос 3.2.

1. Реинжиниринг бизнес-процессов (BPR).
2. Сбалансированная карта показателей (Balanced Scorecard).
3. Постмодернистский синтез в концепциях «гуру» современного менеджмента (П. Друкер, Г. Минцберг, Питерс, Уотерман, Р. М. Кантор, Э. Де Боно, Д. П. Коттер).
4. Всеобщее управление качеством (TQM).
5. Методика «шести сигм».
6. Современные версии представления организации как системы.
7. Проблематика организационной культуры и организационных изменений в современном менеджменте.
8. Дж. Рокфеллер и Э. Карнеги как создатели вертикально-интегрированных компаний. Г. Форд и его вклад в создание системы массового промышленного производства.
9. А. Слоун как создатель дивизиональной структуры управления диверсифицированной компании.
10. Ли Якокка как антикризисный менеджер.
11. Дж. Уэлч и его вклад в развитие концепции лидерства.
12. Р. Крок как создатель системы массового обслуживания.
13. Система управления и ценностей Т. Уотсона (IBM). С. Джобс, Б. Гейтс как примеры менеджеров-предпринимателей в эпоху информационного общества.
14. Особенности развития капитализма в России.
15. Научный менеджмент в России.
16. А.А.Богданов и его вклад в развитие теории управления и общей теории систем.
17. Развитие управленческих идей в России в советский период.
18. О.А.Ерманский (концепция «физиологического оптимума», НОТ).
19. Идеи П. Керженцева, Е. Ф. Розмировича, А.Ф.Журавского и их вклад в развитие НОТ.
20. А.К. Гастев и его вклад в развитие идей научного менеджмента в России.
21. Фазы и функции управления по Ф. Р. Дунаевскому.
22. Н.А. Витке как представитель административной школы менеджмента в России.
23. Концепция и методология «социальной инженерии» и «психотехники» в России.
24. Особенности развития управленческой науки в советский период в связи с планово-распределительной системой организацией народного хозяйства.
25. Основные тенденции и особенности развития российского менеджмента на современном этапе.

Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (4 семестр – зачет (очная форма), 3 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Коргова, М. А. История управленческой мысли : учебное пособие для вузов / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 166 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10651-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493949>

2. Титов, В. Н. Теория и история менеджмента : учебник и практикум для вузов / В. Н. Титов, Г. Н. Суханова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05725-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490123>

Б. Дополнительная литература

1. Чудновская, С. Н. История менеджмента: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Н. Чудновская. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 291 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN 978-5-534-04206-1. 3.

2. Кравченко А. И. История менеджмента: учебное пособие. – М.: Академический Проект, 2003. – 560 с/

3. Хохлова Т. П. Теория менеджмента: история управленческой мысли: учеб. для вузов. - М.: Магистр: Инфра-М, 2018. - 384 с. <https://znanium.com/catalog/document?id=297473>

4. Якобсон А. Я., Бацун Н. В. История управленческой мысли. Учебное пособие. - М.: РИОР: Инфра-М, 2017. - 100 с. <https://znanium.com/catalog/document?id=202337>

5. Семенова И.И. История менеджмента. Учебное пособие. / М.: Юнити-Дана, 2012. – 200 с. <https://znanium.com/catalog/document?id=102383>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Harvard Business Review – Россия;
- Вестник McKinsey – Россия;
- Менеджмент в России и за рубежом;

- Проблемы теории и практики управления;
- Российский журнал менеджмента;
- Эксперт;
- Секрет фирмы;
- Forbes.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.uptp.ru/content/> - Проблемы теории и практики управления;
- <http://www.forbes.ru/> - Forbes Russia;
- <http://www.pragmatist.ru/category/istoriya-menedzhmenta> – Энциклопедия менеджмента [Электронный ресурс];
- <https://hbr-russia.ru/> – Harvard Business Review – Россия;
- <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту;
- <https://www.biblio-online.ru> – электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»;
- <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека eLibrary.ru.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 148);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 200);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«История управленческой мысли»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Донаучный период развития управленческой мысли.	<i>Знает:</i> – историю становления и развития управленческой мысли в области менеджмента организаций; – достижения основных школ и подходов в классическом менеджменте индустриальной эпохи; – актуальные современные тенденции в развитии менеджмента организаций постиндустриальной эпохи; <i>Умеет:</i> – критически анализировать достижения мировой управленческой мысли; – соотносить проблемы менеджмента современных организаций с актуальными для их разрешения достижениями мировой управленческой мысли; – формировать и отстаивать собственную позицию по современным проблемам менеджмента организаций; <i>Владеет:</i> – навыками анализа опыта мирового менеджмента для решения актуальных проблем управления современными организациями; – навыками использования разнообразных методологических подходов к анализу управленческих проблем; – навыками использования положений и категорий истории менеджмента как науки для оценивания и анализа различных тенденций, фактов и явлений в управлении организациями.	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 1. Оценка за зачет
Раздел 2. Научный подход в развитии менеджмента. Современный менеджмент.	<i>Знает:</i> – историю становления и развития управленческой мысли в области менеджмента организаций; – актуальные современные тенденции в развитии менеджмента организаций постиндустриальной эпохи; <i>Умеет:</i> – критически анализировать достижения мировой управленческой мысли;	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 2. Оценка за зачет

	– соотносить проблемы менеджмента современных организаций с актуальными для их разрешения достижениями мировой управленческой мысли; – формировать и отстаивать собственную позицию по современным проблемам менеджмента организаций; <i>Владеет:</i> – навыками анализа опыта мирового менеджмента для решения актуальных проблем управления современными организациями; – навыками использования разнообразных методологических подходов к анализу управленческих проблем; – навыками использования положений и категорий истории менеджмента как науки для оценивания и анализа различных тенденций, фактов и явлений в управлении организациями.	
Раздел 3. Развитие управления в России.	<i>Знает:</i> – историю становления и развития управленческой мысли в области менеджмента организаций; – достижения основных школ и подходов в классическом менеджменте индустриальной эпохи; <i>Умеет:</i> – критически анализировать достижения мировой управленческой мысли; – соотносить проблемы менеджмента современных организаций с актуальными для их разрешения достижениями мировой управленческой мысли; – формировать и отстаивать собственную позицию по современным проблемам менеджмента организаций; <i>Владеет:</i> – навыками анализа опыта мирового менеджмента для решения актуальных проблем управления современными организациями;	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 3. Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«История управленческой мысли»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Концепции современного естествознания»

Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Форма обучения очная

Москва 2024

Программа составлена: доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Я.П. Молчановой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.04.02. – «Менеджмент»** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Концепции современного естествознания»** относится к базовой части дисциплин учебного плана. Для успешного освоения дисциплины студент должен знать материал школьной программы по физике, астрономии, химии и биологии.

Цель дисциплины – объединить в целостную картину мира гуманитарные и естественнонаучные представления, складывающиеся у студентов в процессе обучения. Изучение основных принципов естествознания позволяет будущим специалистам-менеджерам воспринять естественнонаучный способ мышления, что развивает гибкость мышления и помогает лучше овладеть собственной профессией.

Задачи дисциплины

- сформировать в мировоззрении студентов-менеджеров достаточно целостную естественнонаучную картину окружающего мира и показать место в ней человека;
- показать не противоречивость, а взаимную необходимость рационального (естественнонаучного) и образного (гуманитарного) отражения окружающего мира;
- дать необходимые конкретные знания о строении и развитии мира неживой и живой природы и их взаимной обусловленности;
- преодолеть психологический барьер гуманитариев перед естественнонаучным знанием.

Дисциплина **«Концепции современного естествознания»** преподается в 4 семестре (очная форма обучения) и в 3 семестре (очно-заочная форма обучения). Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**:

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа;

Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3. Владеет навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.2. Умеет понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации;

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные этапы эволюции естественнонаучных концепций, эволюцию фундаментальных понятий естествознания;
- особенности основных научных картин мира;
- основные уровни и методы научного познания, их взаимосвязь;
- основные уровни организации материи;
- основные принципы системного подхода в биологии;
- основные особенности биологического уровня организации материи;
- основные термодинамические процессы в живой материи;
- принципы воспроизводства живых систем;
- основные механизмы саморегуляции и самоорганизации в экосистемах;
- концепции возникновения жизни на Земле;
- основные положения современной теории эволюции;
- основные этапы возникновения человека и общества;
- принципы универсального эволюционизма;
- основные современные экологические проблемы;
- принципы устойчивого развития.

Уметь:

- четко выражать соответствующей естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения;
- использовать знания естественных наук в профессиональной деятельности;

- базироваться на принципах естественнонаучного подхода в процессе формирования мировоззренческих взглядов в аспекте взаимоотношений человека с окружающей средой и проблем экологической безопасности.

Владеть:

- навыками теоретического научного исследования в целях грамотной подготовки рефератов, докладов, сообщений;
- навыками системного подхода к решению профессиональных задач.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64	48
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,22	80	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		79,8	59,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции	0,445	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,445	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,11	112	84
Контактная самостоятельная работа	3,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		111,8	83,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Эволюция научного метода и естественнонаучной картины мира.	18	6	10	-	8
1.1	Структура естествознания. Понятие и эволюция научной картины мира.	8	2	8	-	4
1.2	Наука как форма аккумуляции знаний. Структура и критерии научного знания. Уровни, формы и методы научного познания. Теория научных революций.	7	3	2	-	2
1.3	Наука и образование. Проблема «двух культур». Язык как средство познания. Формирование единого языка научного общения.	3	1	-	-	2
2.	Раздел 2. Панорама современного естествознания	70	18	12	-	36
2.1	Структурные уровни и системная организация материи. Микро-, макро – и мегамиры.	4	2	-	-	2
2.2	Физическая картина мира	18	6	2	-	12
2.2.1	Развитие представлений о материи, движении, взаимодействии	6	2	-	-	4
2.2.2	Порядок и беспорядок в природе.	6	2	-	-	4
2.2.3	Пространство, время, симметрия.	6	2	-	-	4
2.3	Космология (мегамир). Астрономическая картина мира.	10	2	4	-	4
2.4.	Биологическая картина мира	32	8	6	-	18
2.4.1	Системный подход в биологии. Особенности биологического уровня организации материи. Биологическая систематика.	4	2	-	-	2

2.4.2	Термодинамические процессы в живой материи. Фотосинтез и дыхание. Принципы воспроизводства живых систем. Саморегуляция и самоорганизация в экосистемах.	6	-	2	-	4
2.4.3	Современная биотехнология и сферы ее применения.	6	-	2	-	4
2.4.4	Возникновение жизни на Земле.	10	4	2	-	4
2.4.5	Эволюционная биология.	6	2	-	-	4
3.	Раздел 3. Биосфера и человек	38	8	10	-	18
3.1	Возникновение человека и общества. Антропосоциогенез.	6	2	-	-	4
3.2	Биосфера как живая саморегулирующаяся система. Принципы универсального эволюционизма. Совместная эволюция человека и биосферы.	6	2	-	-	4
3.3	Антропогенное воздействие на окружающую среду и устойчивое развитие.	26	4	10	-	10
	Подготовка к тестированию и зачету					18
	ИТОГО	144	32	32	-	80

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Эволюция научного метода и естественнонаучной картины мира.	24	4	2	-	18
2.	Раздел 2. Панорама современного естествознания	60	6	10	-	44
3.	Раздел 3. Биосфера и человек	42	6	4	-	32
	Подготовка к тестированию и зачету	18				18
	ИТОГО	144	16	16	-	112

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Эволюция научного метода и естественнонаучной картины мира

1.1. Естествознание: понятие и структура предмета. История естествознания. Понятие научной картины мира. Эволюция научных картин мира.

1.2. Наука как общественное явление. Научное знание и научный метод. Отличие науки от других форм аккумуляции знаний. Критерии научного знания. Структура научного знания. Уровни, формы и методы научного познания. Структуры научных революций.

1.3. Наука и образование. Проблема «двух культур». Язык как средство познания. Формирование единого языка научного общения.

Раздел 2. Панорама современного естествознания

2.1. Структурные уровни и системная организация материи. Микро-, макро-, мегамиры.

2.2. Физическая картина мира.

Развитие представлений о материи, движении, взаимодействии. Порядок и беспорядок в природе: динамические и статистические закономерности в природе. Концепции квантовой механики. Принцип возрастания энтропии. Закономерности самоорганизации. Принципы универсального эволюционизма. Пространство, время, симметрия: принципы симметрии, законы сохранения. Эволюция представлений о пространстве и времени. Специальная теория относительности и общая теория относительности.

2.3. Космология (мегамир).

Астрономическая картина мира. Особенности астрономии XX-XXI веков. Солнечная система: состав, происхождение. Множественность планетных систем. Звезды: характеристики, рождение и эволюция. Галактики. Рождение и эволюция Вселенной.

2.4. Биологическая картина мира.

2.4.1. Системный подход в биологии. Особенности биологического уровня организации материи. Биологическая систематика.

2.4.2. Термодинамические процессы в живой материи. Фотосинтез и дыхание. Принципы воспроизводства живых систем. Саморегуляция и самоорганизация в экосистемах.

2.4.3. Основные черты биологической современной науки. Современная биотехнология и сферы ее применения.

2.4.4. Возникновение жизни на Земле. Абиогенез. Панспермия. Теория гиперциклов. Геохимический подход.

2.4.5. Эволюционная биология. Возникновение и развитие эволюционной биологии. Дарвиновская теория эволюции. Теория наследственности Грегора Менделя. Синтетическая теория эволюции.

Раздел 3. Биосфера и человек

3.1. Возникновение человека и общества. Антропосоциогенез.

Зарождение научной теории. Учение Чарльза Дарвина. Симиальная теория происхождения человека. Основные этапы эволюции человека. Роль возникновения труда в формировании человека. Становление социальных отношений. Разделение труда. Завершение антропосоциогенеза. Генезис сознания и языка.

3.2. Совместная эволюция человека и биосферы.

Биосфера как живая саморегулирующаяся система и учение В.И. Вернадского о биосфере и ноосфере. Принципы универсального эволюционизма. Динамика человеческой популяции. Развитие и ресурсы.

3.3. Антропогенное воздействие на окружающую среду и устойчивое развитие. Изменение климата и Киотский протокол.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	– основные этапы эволюции естественнонаучных концепций, эволюцию фундаментальных понятий естествознания;	+		
2	– особенности основных научных картин мира;	+		
3	– основные уровни и методы научного познания, их взаимосвязь;	+		
4	– основные уровни организации материи;		+	
5	– основные принципы системного подхода в биологии;		+	
6	– основные особенности биологического уровня организации материи;		+	
7	– основные термодинамические процессы в живой материи;		+	
8	– принципы воспроизводства живых систем;		+	
9	– основные механизмы саморегуляции и самоорганизации в экосистемах;		+	
10	– концепции возникновения жизни на Земле;		+	
11	– основные положения современной теории эволюции;		+	
12	– основные этапы возникновения человека и общества;			+
13	– принципы универсального эволюционизма;		+	+
14	– основные современные экологические проблемы;			+
15	– принципы устойчивого развития			+
	Уметь:			
16	– четко выражать соответствующей естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения;	+	+	+
17	– использовать знания естественных наук в профессиональной деятельности;	+	+	+
18	– базироваться на принципах естественнонаучного подхода в процессе формирования мировоззренческих взглядов в аспекте взаимоотношений человека с окружающей средой и проблем экологической безопасности	+	+	+
	Владеть:			
19	– навыками теоретического научного исследования в целях грамотной подготовки рефератов, докладов, сообщений;	+	+	+

20	– навыками системного подхода к решению профессиональных задач		+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :					
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК			
21	– УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	– УК-1.1. Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа;	+	+	+
22	– УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	– УК-4.3. Владеет навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках.	+	+	+
23	– УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	– УК-5.2. Умеет понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;	+		+
24	– УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	– УК-8.1. Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации;			+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1	Сообщения студентов по теме «Чем блеснула наука или важнейшие открытия нашего времени» и их обсуждения	8
2	1.2	История научных открытий. Просмотр и обсуждение научно-популярного фильма.	2
3	2.2	Физическая картина мира	2
4	2.3.	Астрономическая картина мира. Масштабы Вселенной. Устройство солнечной системы. Теория большого взрыва. Черные дыры. Просмотр и обсуждение научно-популярных фильмов.	4
5	2.4.2.	Обсуждение протекания термодинамических процессов в живой материи, реакций, лежащих в основе фотосинтеза и дыхания, принципов воспроизводства живых систем, саморегуляции и самоорганизации в экосистемах.	2
6	2.4.3.	Сообщения студентов по теме «Современная биотехнология и сферы ее применения» и их обсуждения	2
7	2.4.4	Возникновение и эволюция жизни на Земле. Просмотр и обсуждение научно-популярных фильмов.	2
8	3.3.	Обсуждение примеров экологических нарушений в моем городе	2
9	3.3.	Просмотр и обсуждение научно-популярных фильмов по энергоэффективности, изменению климата и использованию возобновляемых источников энергии	8

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1	Сообщения студентов по теме «Чем блеснула наука или важнейшие открытия нашего времени» и их обсуждения	1
2	1.2	История научных открытий. Просмотр и обсуждение научно-популярного фильма.	1
3	2.3.	Астрономическая картина мира. Масштабы Вселенной. Устройство солнечной системы. Теория большого взрыва. Черные дыры. Просмотр и обсуждение научно-популярных фильмов.	2

4	2.4.3.	Сообщения студентов по теме «Современная биотехнология и сферы ее применения» и их обсуждения	2
5	2.4.4	Возникновение и эволюция жизни на Земле. Просмотр и обсуждение научно-популярных фильмов.	4
6	2.4.5	Сообщения студентов по теме «Белые пятна в теории эволюции» и их обсуждения	2
7	3.3.	Просмотр и обсуждение научно-популярных фильмов по энергоэффективности, изменению климата и использованию возобновляемых источников энергии	4

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала и подготовку к семинарским занятиям по разделам дисциплины;
- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, и работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- подготовку докладов по тематике дисциплины;
- посещение выставок, семинаров, конференций различного уровня;
- подготовку к тестированию и сдаче *зачета* по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выступления на семинарских занятиях, ответы на вопросы по просмотренным фильмам и тестирование.

Максимальная оценка за доклады составляет 30 баллов.

Максимальная оценка за ответы на вопросы по фильмам составляет 46 баллов.

Максимальная оценка за тестирование составляет 24 балла.

8.1. Примерная тематика докладов

ПО РАЗДЕЛУ «БИОТЕХНОЛОГИИ СЕГОДНЯ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»

1. Генная инженерия как новейшее и важнейшее ответвление биотехнологии.

2. Достижения генной инженерии и биотехнологии
3. Расшифровка генома человека – эпохальное открытие нашего времени.
4. Медицинские биотехнологии. Развитие, роль в современном мире и перспективы развития
5. Экологические биотехнологии. Развитие, роль в современном мире и перспективы развития
6. Агробиотехнология как одно из основных направлений развития современных биотехнологий
7. Клонирование и его возможности: вымысел и реальность
8. Перспективы развития клонирования
9. Этические проблемы клонирования
10. Создание трансгенных организмов как перспективное направление в генной инженерии
11. Перспективы клонирования: наличие ограничений этого метода.
12. Стволовые клетки: перспективы лечения рака
13. Тканевая инженерия воплощает фантастику в жизнь.
14. Соматические и стволовые клетки.
15. Хромосомные, генные и клеточные технологии
16. Стволовые клетки – клетки завтрашнего дня
17. Основные вехи истории генной инженерии
18. Перспективы клонирования для сохранения редких видов животных
19. Клонирование млекопитающих. Направления использования результатов исследований.
20. ГМО: за и против
21. Применение стволовых клеток при различных заболеваниях
22. Хиральная чистота биосферы и проблема успешного синтеза "живых" макромолекул.

ПО РАЗДЕЛУ «ЭВОЛЮЦИОНИЗМ И АНТИЭВОЛЮЦИОНИЗМ»

1. Роль Дарвиновской теории эволюции в современном мире
2. Основные доказательства эволюции
3. Палеонтологические доказательства эволюции
4. Морфологические доказательства эволюции
5. Эмбриологические доказательства эволюции
6. Молекулярно-генетические и биохимические доказательства эволюции
7. Биogeографические доказательства эволюции
8. Ответы на некоторые типичные "доводы" антиэволюционистов
9. «Белые пятна» в теории эволюции.
10. Научные опровержения теории эволюции.
11. Последние открытия различных (генетики, палеонтологии, седиментологии, физики и других) научных дисциплин как опровержение теории Дарвина.
12. Нерешенность проблемы абиогенеза в современной науке как «белое пятно» в теории эволюции.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Раздел 1

1. Научные представления о мире как основной компонент общечеловеческой культуры.
2. Образование и проблема «двух культур». В чем опасность разделения на «две культуры»?

3. Отличие науки от других форм аккумуляции знаний. Как соотносятся наука и другие формы общественного сознания?
4. Проблемы в понимании происхождения языка. Язык как средство познания. Формирование единого языка научного общения.
5. Относительный характер научных знаний и роль парадигм в представлениях Т. Куна.
6. Естествознание как сложная система. Взаимосвязь между различными дисциплинами. Пирамида естественных наук.
7. История естествознания. Три этапа в развитии научной картины мира.
8. Взаимосвязь между научными дисциплинами. В чем сходство и различие физики и химии? Можно ли говорить о единстве физики, химии и биологии?
9. Чем отличаются понятия концепции и теории? Почему необходимо знание концепций современного естествознания?
10. Суть научного метода. Охарактеризуйте эмпирический и теоретический уровни исследования, их различия и взаимосвязь.
11. Наука и образование. Зарождение образования и его роль в антропогенезе. Почему образование является главным национальным достоянием?
12. Наука как ресурс. Роль науки в постиндустриальном мире. Характер взаимоотношения науки и общества.
13. Человечество и биосфера. Роль науки и образования в решении проблем техногенной цивилизации.
14. Этика и ответственность науки.
15. Важнейшие открытия XX-XXI вв. в области естествознания.
16. Особенности современного естествознания.
17. Критерии научного знания
18. Основные принципы, по которым можно отличить науку от псевдонауки. Категории псевдонаук.
19. Структура научного знания. Фундаментальные и прикладные науки.
20. Уровни и формы научного познания.
21. Особенности эмпирические, теоретические и универсальные методы научного познания

Раздел 2.

1. Системный характер организации материального мира
2. Особенности механистической картины мира.
3. Особенности электромагнитной картины мира.
4. Особенности квантово-релятивистской картины мира.
5. Материя: эволюция представлений.
6. Движение: эволюция представлений.
7. Взаимодействие: эволюция представлений.
8. Понятия детерминизма и причинности. Основные признаки причинности.
9. Формы детерминизма: лапласовский и вероятностный детерминизм.
10. Динамические и статистические законы в физике.
11. Концепции квантовой механики.
12. Термодинамические и статистические методы описания свойств макросистем.
13. Энтропия как мера беспорядка
14. Проблема «тепловой смерти Вселенной»
15. Первое и второе начала термодинамики.
16. Универсальный/глобальный эволюционизм – основа современной научно картины мира.
17. Концепция симметрии и законы сохранения.

18. Развитие взглядов на пространство и время в истории науки.
19. Фундаментальные взаимодействия: электромагнитное; гравитационное; сильное; слабое.
20. Законы Ньютона. Законы Кеплера. Закон всемирного тяготения. Инерциальная система отсчета.
21. Законы сохранения импульса, момента количества движения, механической энергии.
22. Корпускулярная и волновая теории света. Корпускулярно-волновой дуализм.
23. Понятия о дифракции и интерференции света.
24. Первое и второе начала термодинамики.
25. Основные положения специальной и общей теории относительности.
26. Как теория относительности и квантовая механика повлияли на научную картину мира?
27. Глобальный эволюционизм. Фазы эволюции окружающего нас мира.
28. Синергетика и ее основные принципы.
29. Самоорганизующиеся системы. Понятие, признаки, свойства.
30. Биологическая систематика.
31. Основные уровни организации живого
32. Основные свойства биологических систем.
33. Особенности биологического уровня организации материи.
34. Воспроизводство живых систем.
35. Суммарное уравнение фотосинтеза. Глобальное значение фотосинтеза.
36. Особенности астрономии XX-XXI вв.
37. Солнечная система и ее состав.
38. Звезды и их основные характеристики. Диаграмма Герцшпрунга-Рассела.
39. Рождение и эволюция звезд.
40. Антропный принцип.
41. Происхождение кислорода в атмосфере Земли. Связь эволюции живого с химическим составом атмосферы.
42. Автотрофный и гетеротрофный типы питания. Роль фотоавтотрофов в эволюции планеты.
43. Самоорганизация и саморегуляция живых систем.
44. Происхождение жизни на Земле. Основные теории.
45. Теория абиогенеза.
46. Биогеохимические циклы.
47. Теория исторического развития живой природы Жана-Батиста Ламарка.
48. Основные принципы эволюционной теории Чарльза Дарвина.
49. Синтетическая теория эволюции. Основные положения.
50. Определение термина «популяция». Почему элементарной единицей эволюции является популяция, а не особь?
51. Эволюционные процессы в биологии: микроэволюция и макроэволюция
52. Биологические молекулы – носители генетического кода жизни.
53. Клеточные технологии. Клонирование. Манипулирование стволовыми клетками. Перспективы использования стволовых клеток.
54. Дифференцировка клеток в процессе морфогенеза. Стволовые и соматические клетки.
55. Хромосомная инженерия. Генная инженерия. Клеточная инженерия.
56. Современные представления об эволюции живой материи и зарождении жизни на Земле. Экспериментальная проверка гипотез.
57. Основные показатели биогеоценоза.
58. Структура биогеоценоза.
59. Организация и функционирование экосистем. Механизмы устойчивости

60. Когда и как произошло выделение человека из животного мира? Место человека в биологической систематике. Стадии антропогенеза.
61. Неолитическая революция. Генетическая память, негенетическая информация. Особенности человека как биологического вида.
62. Симиальная теория антропогенеза.

Раздел 3.

1. Динамика человеческой популяции.
2. Классификация ресурсов.
3. Энергетика как основа цивилизации.
4. Основные виды ископаемых ресурсов.
5. Возобновляемые источники энергии. Виды. Проблемы. Перспективы.
6. Информационное общество и учение о ноосфере.
7. Проблема эволюции цивилизации.
8. Основные экологические проблемы современности.
9. Парниковые газы. Роль парникового эффекта в существовании биосферы.
10. Эволюция Земли и климата.
11. Киотский протокол. Значение. Основные механизмы.
12. Парижское соглашение по климату.
13. Понятие устойчивого развития.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. *Лебедев, С. А.* Методология научного познания : учебное пособие для вузов / С. А. Лебедев. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 153 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00588-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490474>
2. Концепции современного естествознания : учебник для вузов / С. А. Лебедев [и др.]; под общей редакцией С. А. Лебедева. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 374 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02649-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488752>
3. *Бордовский, Г. А.* Физические основы естествознания : учебное пособие для вузов / Г. А. Бордовский. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 226 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05209-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493065>

Б. Дополнительная литература

1. *Гусейханов, М. К.* Концепции современного естествознания : учебник и практикум для вузов / М. К. Гусейханов. — 8-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 442 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-6772-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488781>
2. *Отюцкий, Г. П.* Концепции современного естествознания : учебник и практикум для вузов / Г. П. Отюцкий ; под редакцией Г. Н. Кузьменко. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 380 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8255-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489584>
3. *Свиридов, В. В.* Концепции современного естествознания : учебное пособие для вузов / В. В. Свиридов, Е. И. Свиридова ; под редакцией В. В. Свиридова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 310 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-09649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492418>

4. *Валянский, С. И.* Концепции современного естествознания : учебник и практикум для вузов / С. И. Валянский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-5885-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489329>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Журналы:

- Наука и жизнь. Электронный ресурс: <http://www.nkj.ru>
- Вокруг света. Электронный ресурс: <http://www.vokrugsveta.ru>

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.charles-darwin.narod.ru>
- <http://www.climatechange.ru>
- <http://www.galspace.spb.ru>
- <http://www.macroevolution.narod.ru/index.html>
- <http://www.wwf.ru>
- <http://strf.ru/> - Материалы проекта «Наука и технологии России»
- <http://www.wikipedia.org> - Материалы свободной энциклопедии

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- слайды в редакторе Power Point, подготовленные для каждого лекционного занятия;
- набор дисков с научно-популярными фильмами;
- банк вопросов для текущего контроля (общее число вопросов 96);
- банк тестовых заданий для итогового контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 133).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Концепции современного естествознания*» проводятся в форме лекционных и семинарских занятий, а также самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Не предусмотрены.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры, укомплектованные принтерами и программными средствами; проекторы и экраны, в том числе интерактивные; копировальные аппараты; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к лекционным разделам дисциплины.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к лекционным разделам дисциплины; кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения для использования студентами и организации образовательного процесса:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)

	Outlook			
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Эволюция научного метода и естественнонаучной картины мира	<i>Знает:</i> - основные этапы эволюции естественнонаучных концепций, эволюцию фундаментальных понятий естествознания, - особенности основных научных картин мира; - основные уровни и методы научного познания, их взаимосвязь; <i>Умеет:</i> - четко выражать соответствующей естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения; - использовать знания естественных наук в профессиональной деятельности; - базироваться на принципах естественнонаучного подхода в процессе формирования мировоззренческих взглядов в аспекте взаимоотношений человека с окружающей средой и проблем экологической безопасности. <i>Владеет:</i> - навыками теоретического научного исследования в целях грамотной подготовки рефератов, докладов, сообщений; - навыками системного подхода к решению профессиональных задач.	Подготовлен, представлен и обсужден доклад Оценка презентации Работа на семинарских занятиях, контроль ответов по фильмам Оценка за зачет

Раздел 2. Панорама современного естествознания	<i>Знает:</i> - основные уровни организации материи; - основные принципы системного подхода в биологии; - основные особенности биологического уровня организации материи; - основные термодинамические процессы в живой материи; - принципы воспроизводства живых систем; - основные механизмы саморегуляции и самоорганизации в экосистемах; - концепции возникновения жизни на Земле; - основные положения современной теории эволюции; - принципы универсального эволюционизма. <i>Умеет:</i> - четко выражать соответствующей естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения; - использовать знания естественных наук в профессиональной деятельности; - базироваться на принципах естественнонаучного подхода в процессе формирования мировоззренческих взглядов в аспекте взаимоотношений человека с окружающей средой и проблем экологической безопасности. <i>Владеет:</i> - навыками теоретического научного исследования в целях грамотной подготовки рефератов, докладов, сообщений; - навыками системного подхода к решению профессиональных задач.	Подготовлен, представлен и обсужден доклад Оценка презентации Работа на семинарских занятиях, контроль ответов по фильмам Оценка за зачет

Раздел 3. Биосфера и человек	<i>Знает:</i> - основные этапы возникновения человека и общества; - принципы универсального эволюционизма; - основные современные экологические проблемы; - принципы устойчивого развития. <i>Умеет:</i> - четко выражать соответствующей естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения; - использовать знания естественных наук в профессиональной деятельности; - базироваться на принципах естественнонаучного подхода в процессе формирования мировоззренческих взглядов в аспекте взаимоотношений человека с окружающей средой и проблем экологической безопасности. <i>Владеет:</i> - навыками теоретического научного исследования в целях грамотной подготовки рефератов, докладов, сообщений; - навыками системного подхода к решению профессиональных задач.	Работа на семинарских занятиях, контроль ответов по фильмам Тестирование Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
 к рабочей программе дисциплины
«Концепции современного естествознания»
 основной образовательной программы
38.03.02 «Менеджмент»
 профиль «Маркетинг и рыночная аналитика»
 Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Корпоративная культура»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: к.т.н., доцентом кафедры менеджмента и Л.Е. Копыловой; к.э.н., доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 – Менеджмент** (ФГОС ВО), с рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой менеджмента РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестров.

Дисциплина **«Корпоративная культура»** относится к базовой части обязательных дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента, экономики и информатики.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся представления о корпоративной культуре как о системе ценностей, норм и традиций, определяющих внутреннюю среду организации, способствующую повышению эффективности взаимодействия сотрудников, формированию лояльности и созданию устойчивого имиджа организации.

Задачи дисциплины:

- раскрыть роль корпоративной культуры в формировании бренда работодателя и стратегическом управлении организацией;
- ознакомить с особенностями вербальной и невербальной коммуникации, а также этическими аспектами взаимодействия в деловой среде;
- сформировать умения применять формы деловых коммуникаций, включая ведение совещаний, переговоров, деловой переписки и публичных выступлений.
- развить навык корректной подготовки, оформления и работы со служебной документацией в соответствии с современными требованиями

Дисциплина **«Корпоративная культура»** преподается во 2 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3 Владеет навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ОПК-3.1 Знает основные методы управленческих решений и их специфические особенности
	ОПК-3.2 Умеет формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижения
	ОПК-3.3 Владеет навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для реализации управленческих решений

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

знать:

- ключевые корпоративные документы организации;
- роль руководителя в формировании корпоративной культуры;
- основные элементы корпоративной культуры;
- направления и формы работы по формированию корпоративной культуры.

Уметь:

- проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры;
- правильно оформлять корпоративные документы организации в соответствии с принятой инструкцией по делопроизводству;
- уметь использовать технологии трансформации корпоративной культуры.

Владеть:

- навыками по работе с корпоративными документами организации;
- инструментами выстраивания деловых коммуникаций;
- инструментами создания презентационных материалов;
- навыками развития корпоративной культуры организации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,11	40	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8	29,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Содержание подходов к изучению культуры.	7	2	-	-	5
2.	Структура корпоративной культуры компании.	11	2	4	-	5
3.	Этапы развития корпоративной культуры	9	2	2	-	5
4.	Организация документооборота и технология делопроизводства	9	2	2	-	5
5.	Подготовка служебных документов	10	2	3	-	5
6.	Деловое взаимодействие и типы деловых партнеров в компании	8	2	1	-	5
7.	Формы деловых коммуникаций	10	2	3	-	5
8.	Работа с презентацией	10	2	3	-	5
	ИТОГО	72	16	16	-	40

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы корпоративной культуры

Введение. Место и роль дисциплины в подготовке управленческих кадров. Роль корпоративной культуры в условиях смены стратегий развития компаний.

1.1. Содержание подходов к изучению культуры. Что такое культура? Понятие и виды субкультур. Зачем организации развивать и формировать собственную корпоративную культуру? Факторы, влияющие на особенности организационной культуры. Основные функции корпоративной культуры организации с учетом потребностей внешней и внутренней среды организации. Роль корпоративной культуры в формировании бренда работодателя.

1.2. Структура корпоративной культуры компании. Особенности влияния корпоративной культуры на структуру организации. Корпоративная культура в системе управления. Роль лидера в построении корпоративной культуры. Ценностные основания корпоративной культуры. Особенности проведения корпоративных мероприятий: плюсы и минусы.

1.3 Этапы развития корпоративной культуры. Развитие корпоративной культуры в жизненном цикле организации. Механизмы трансформации корпоративной культуры. Корпоративная культура и мотивационная политика. Преодоление сопротивления персонала изменениям корпоративной культуры. Разбор кейсов.

Раздел 2. Работа с корпоративными документами организации

2.1. Организация документооборота и технология делопроизводства. Информационно-документационное обеспечение работы аппарата управления (на примере выбранной организации). Организация работы с документами.

2.2. Подготовка служебных документов. Инструкция по делопроизводству как главный источник правил работы с документацией. Требования к оформлению документов. Требования к бланкам документов. Распорядительные и информационно-справочные документы.

Раздел 3. Деловые коммуникации как важная часть корпоративной культуры компании

3.1. Деловое взаимодействие и типы деловых партнеров в компании. Вербальная и невербальная деловая коммуникация. Этика в деловых коммуникациях. Основные типы деловых партнеров и стратегии коммуникаций с ними.

3.2. Формы деловых коммуникаций. Деловая беседа. Деловое совещание. Особенности различных типов совещаний. Деловые переговоры. Правила деловой переписки. Эффективные выступления перед аудиторией.

3.3. Работа с презентацией. Основы правил графического дизайна для работы с презентационными материалами. Основные этапы подготовки презентации и типовые элементы структуры презентации. Разработка слайдов для презентации. Проведение презентации.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема 1.1	Тема 1.2	Тема 1.3	Тема 2.1	Тема 2.2	Тема 3.1	Тема 3.2	Тема 3.3
	Знать:								
1	– ключевые корпоративные документы организации;	+	+		+		+	+	
2	– роль руководителя в формировании корпоративной культуры;	+	+				+	+	
3	– основные элементы корпоративной культуры;		+	+		+	+		+
4	– направления и формы работы по формированию корпоративной культуры.			+					+
	Уметь:								
5	– проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры;	+					+	+	
6	– правильно оформлять корпоративные документы организации в соответствии с принятой инструкцией по делопроизводству;		+		+	+			+
7	– уметь использовать технологии трансформации корпоративной культуры.		+	+			+	+	+
	Владеть:								
8	– навыками по работе с корпоративными документами организации;	+			+	+	+	+	
9	– инструментами выстраивания деловых коммуникаций;			+	+	+	+	+	+
10	– инструментами создания презентационных материалов;				+	+		+	+
11	– навыками развития корпоративной культуры организации.		+	+	+		+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальными</u> компетенции и индикаторы их достижения:									
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК							

12	–УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	- УК-4.3 Владеет навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках	+	+	+	+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>										
13	–ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	–ОПК-3.1 Знает основные методы управленческих решений и их специфические особенности	+	+	+	+	+	+	+	+
		–ОПК-3.2 Умеет формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижения	+	+	+	+	+	+	+	+
		–ОПК-3.3 Владеет навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для реализации управленческих решений	+	+	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Анализ корпоративной культуры компании	1
2	1	Разработка мероприятий по преодолению сопротивления изменениям корпоративной культуры	1
3	2	Разработка корпоративного документа	2
4	3	Ролевое деловое совещание	2
5	3	Создание презентации для корпоративного мероприятия	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторный занятия по дисциплине не предусмотрены

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, РИНЦ, нормативными документами;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- регулярную проработку пройденного на практических занятиях учебного материала;
- подготовку к практическим занятиям.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе, рекомендованных на лекционных и практических занятиях. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из доклада (максимальная оценка 15 баллов), двух контрольных работ (максимальная оценка 35 баллов) и практической работы на занятиях (максимальная оценка 50 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

- 1.Корпоративная культура компании Газпром
- 2.Корпоративная культура компании Сибур
- 3.Корпоративная культура компании Уралхим
- 4.Корпоративная культура компании Норильский Никель
- 5.Корпоративная культура компании ЭФКО
- 6.Корпоративная культура компании Яндекс
- 7.Корпоративная культура компании Русагро
- 8.Корпоративная культура компании Лукойл
- 9.Корпоративная культура компании Северсталь
- 10.Корпоративная культура компании ВК
- 11.Корпоративная культура группы компаний «Август»
- 12.Корпоративная культура компании Щелково Агрохим
- 13.Корпоративная культура компании Щелково Азот
- 14.Корпоративная культура компании НЛМК
- 15.Корпоративная культура группы компаний Титан

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 2 контрольные работы.

Примеры вопросов к контрольной работе № 1 по разделу 2 дисциплины (темы 2.1 и 2.2). Максимальная оценка 25 баллов. Контрольная работа содержит 10 тестовых вопросов, по 2 балла за вопрос, а также эссе на заданную тему на 5 баллов максимум.

Примеры тестовых вопросов:

Что такое документооборот?

- a) Процесс хранения документов в архиве
- b) Процесс движения документов в организации от создания до завершения их исполнения
- c) Составление шаблонов документов

Верный ответ: b

Какие из перечисленных действий относятся к документообороту?

- a) Сортировка писем
- b) Регистрация документов
- c) Архивирование документов
- d) Все перечисленные

Верный ответ: d

Какая основная функция автоматизированных систем документооборота?

- a) Архивирование старых документов
- b) Автоматизация создания, хранения и обработки документов
- c) Рассылка электронных писем

Верный ответ: b

Как называются документы, которые создаются в организации?

- a) Исходящие
- b) Входящие
- c) Внутренние
- d) Корпорационные

Верный ответ: a, c

Что является основным преимуществом автоматизированных систем документооборота?

- a) Упрощение поиска документов

- b) Сокращение бумажного документооборота
- c) Возможность одновременного доступа к документам несколькими сотрудниками
- d) Все перечисленные

Верный ответ: d

Что включает в себя регистрация документа?

- a) Проставление на документе регистрационного номера и даты
- b) Упаковку документа для архивации
- c) Составление шаблона документа

Верный ответ: a

Какие виды документов относятся к распорядительным?

- a) Приказы и распоряжения
- b) Отчеты и справки
- c) Презентации

Верный ответ: a

Что из перечисленного не является функцией документооборота?

- a) Передача документов между подразделениями
- b) Хранение документов
- c) Анализ финансовых данных

Верный ответ: c

Какова основная цель делопроизводства?

- a) Сохранение конфиденциальности документов
- b) Организация эффективной обработки и хранения документов
- c) Упрощение составления отчетов

Верный ответ: b

Какие проблемы может решить автоматизация документооборота?

- a) Потерю документов
- b) Снижение скорости обработки документов
- c) Ошибки при регистрации
- d) Все перечисленные

Верный ответ: d

Что является основным нормативным документом для организации делопроизводства?

- a) Устав компании
- b) Инструкция по делопроизводству
- c) Финансовый отчет

Верный ответ: b

Какие документы относятся к информационно-справочным?

- a) Приказы
- b) Справки и докладные записки
- c) Распоряжения

Верный ответ: b

Что обязательно должно быть указано в приказе?

- a) Подпись ответственного лица
- b) Печать организации
- c) Дата и номер документа
- d) Все перечисленные

Верный ответ: d

Какие из перечисленных требований относятся к оформлению документов?

- a) Использование стандартного шрифта и размера
- b) Наличие полей на странице
- c) Соблюдение межстрочного интервала
- d) Все перечисленные

Верный ответ: d

Какие ошибки чаще всего встречаются при подготовке служебных документов?

- a) Отсутствие подписи и даты
- b) Неверное оформление реквизитов
- c) Орфографические ошибки
- d) Все перечисленные

Верный ответ: d

Что представляет собой бланк документа?

- a) Структурированная заготовка для подготовки документов
- b) Отчет о проделанной работе
- c) Архивный документ

Верный ответ: a

К какому типу документов относится приказ?

- a) Распорядительный
- b) Информационно-справочный
- c) Входящий

Верный ответ: a

Какие требования предъявляются к структуре докладной записки?

- a) Заголовок, текст, подпись
- b) Введение, основная часть, заключение
- c) Номер документа, резолюция, архивный код

Верный ответ: a

Что является обязательным элементом распорядительного документа?

- a) Резолюция руководителя
- b) Подробное описание ситуации
- c) Графический дизайн

Верный ответ: a

Какой из нижеуказанных документов является внутренним?

- a) Служебная записка
- b) Письмо поставщику
- c) Отчет для контролирующего органа

Верный ответ: a

Примеры вопросов для эссе:

Современные формы и средства коммуникаций в профессиональной сфере.

Особенности документооборота в современных организациях.

Безопасные способы хранения документов.

Виды деловых писем.

Характеристики текстов и методы их написания.

План как общая концепция текста.

Составление и анализ деловой корреспонденции: оформление, содержание.

Правила написания заявлений, внутренних записок.

Электронная почта как канал деловых коммуникаций. Особенности применения.

Канцеляризмы и штампы в письменной речи.

Шаблоны и скрипты – плюсы и минусы

Примеры вопросов к контрольной работе № 2 по разделу 3 дисциплины. Максимальная оценка 10 баллов. Контрольная работа содержит 2 открытых вопроса, по 5 баллов за вопрос.

1. Контролирование эмоций при ведении деловых переговоров в профессиональной сфере.
2. Типы партнеров и особенности их поведения во время деловых переговоров в профессиональной сфере.
3. Действенные способы управления конфликтами в профессиональной сфере.
4. Формирование благоприятного психологического климата в организации.
5. Особенности жестикологии различных национальностей.
6. Основные виды барьеров коммуникации.
7. Эффективные способы устранения коммуникационных барьеров в профессиональной сфере.
8. Каковы факторы, затрудняющие адекватное восприятие в коммуникации?
9. Влияние стереотипов и установок при восприятии партнера в коммуникации.
10. Каковы защитные механизмы в деловой коммуникации?
11. Охарактеризуйте формы деловой коммуникации.
12. Каковы техники и методы аргументации?
13. Каковы стадии переговорного процесса?
14. В чем суть переговоров с позиции силы и с позиции слабости?
15. Виды деловых совещаний.
16. Каковы типичные затруднения при публичном выступлении?
17. Индивидуальные различия коммуникативного поведения.
18. Роли участников коммуникационного процесса.
19. Коммуникативные барьеры общения.
20. Психологические барьеры общения.
21. Переговорный процесс: сущность, этапы.
22. Метод принципиальных переговоров.
23. Прием посетителей: рационализация процесса.
24. Стили ведения деловых переговоров (на примере европейских и азиатских стран).
25. Специфика ведения деловых переговоров в России в профессиональной сфере.
26. Правила организации аналитической работы после проведения деловых переговоров в профессиональной сфере.
27. Основные трудности при ведении деловых переговоров в профессиональной сфере.
28. Разновидности барьеров в межличностных коммуникациях и их характеристика.

Практическая работа на семинарах. Максимальная оценка 50 баллов.

Тематика 1 практической работы: анализ корпоративной культуры компании. Максимальная оценка 5 баллов.

Для выбранной компании провести анализ ее корпоративной культуры. В задании должно быть рассмотрено следующее:

- Миссия и ценности компании.
- Основные элементы корпоративной культуры (например, стиль руководства, нормы поведения, взаимодействие сотрудников).

Тематика 2 практической работы: разработка мероприятий по преодолению сопротивления изменениям корпоративной культуры. Максимальная оценка 10 баллов.

Дан проектный кейс о компании. В кейсе представлено описание ситуации, где внедряются изменения в корпоративной культуре (например, переход на гибкие графики работы, изменения в ценностях компании и т.д.). Задача: предложить стратегии и тактики преодоления сопротивления сотрудниками этим изменениям, включая:

- Механизмы мотивации персонала.
- Использование корпоративных мероприятий.
- Роль лидера в процессе изменений.

Тематика 3 практической работы: разработка корпоративного документа. Максимальная оценка 15 баллов.

Подготовить разные виды деловых писем и распорядительных документов. Разбор содержания, структуры, цели писем и документов на бланках организации с учетом требований локальной инструкции по делопроизводству. Составление резюме.

Тематика 4 практической работы: ролевое деловое совещание. Максимальная оценка 10 баллов.

В рамках семинара проводится ролевое деловое совещание, где студенты должны обсудить предложенную проблему (может пересекаться с проблематизацией из задания по корпоративной культуре), используя навыки деловой коммуникации.

Студенты разделяются на группы, каждая из которых представляет определенную сторону (например, менеджеры, сотрудники, HR, представители партнеров).

В процессе совещания студенты должны продемонстрировать умение вести переговоры, давать конструктивную обратную связь и предлагать решения.

Тематика 5 практической работы: создание презентации для корпоративного мероприятия. Максимальная оценка 10 баллов.

Студентам необходимо разработать презентацию для внутреннего корпоративного мероприятия (например, для бизнес-лектория, вечера встреч выпускников, презентации нового проекта или отчета о результатах). Презентация должна быть структурированной, с четким разделением на слайды и включением графических элементов, отражающих ключевые идеи. Презентация должна быть выполнена в корпоративном стиле.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины.

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Колесников, А. В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537129>.

2. Колышкина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство: учебное пособие для вузов / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 145 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14216-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538163>.

3. Локальные нормативные документы РХТУ им.Д.И. Менделеева
<https://www.muctr.ru/staff/docs/regulations/>

Б. Дополнительная литература

1. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации: учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535858>

2. Ратников, В. П. Деловые коммуникации: учебник для вузов / В. П. Ратников; ответственный редактор В. П. Ратников. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 450 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18744-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545467>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям и практическим занятиям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Дискурс профессиональной коммуникации / Professional Discourse & Communication» ISSN [2687-0126](#)
- Журнал «Управление корпоративной культурой»
- Журнал «Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики» ISSN 2411-3719

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Правовая база. <http://www.consultant.ru>
- Сайт РХТУ им. Д.И. Менделеева. <https://muctr.ru>
- Портал «Кадровое дело» <https://www.kdelo.ru/>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 100+);
- компьютерные презентации интерактивных практических занятий – 8, (общее число слайдов – 100+);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Корпоративная культура*» проводятся в форме лекционных и практических занятий, а также самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе:	Контракт №175-262ЭА/2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом

	Word Excel Power Point Outlook	От 30.12.2019		перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование тем	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
1.1Содержание подходов к изучению культуры.	Знать: ключевые корпоративные документы организации; роль руководителя в формировании корпоративной культуры; Уметь: проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры; Владеть: навыками по работе с корпоративными документами организации;	Оценка за практическую работу
1.2Структура корпоративной культуры компании.	Знать: ключевые корпоративные документы организации; роль руководителя в формировании корпоративной культуры; основные элементы корпоративной культуры; Уметь: правильно оформлять корпоративные документы организации в соответствии с принятой инструкцией по делопроизводству; уметь использовать технологии трансформации корпоративной культуры. Владеть: навыками развития корпоративной культуры организации.	Оценка за практическую работу Оценка за доклад
1.3Этапы развития корпоративной культуры	Знать: основные элементы корпоративной культуры; направления и формы работы по формированию корпоративной культуры. Уметь: уметь использовать технологии трансформации корпоративной культуры. Владеть: инструментами выстраивания деловых коммуникаций; навыками развития корпоративной культуры организации.	Оценка за практическую работу
2.1Организация документооборота и технология	Знать: ключевые корпоративные документы организации;	Оценка за практическую работу

делопроизводства	Уметь: правильно оформлять корпоративные документы организации в соответствии с принятой инструкцией по делопроизводству; Владеть: навыками по работе с корпоративными документами организации; инструментами выстраивания деловых коммуникаций инструментами создания презентационных материалов; навыками развития корпоративной культуры организации.	Оценка за контрольную работу
2.2 Подготовка служебных документов	Знать: основные элементы корпоративной культуры; Уметь: правильно оформлять корпоративные документы организации в соответствии с принятой инструкцией по делопроизводству; Владеть: навыками по работе с корпоративными документами организации; инструментами выстраивания деловых коммуникаций инструментами создания презентационных материалов;	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу
3.1 Деловое взаимодействие и типы деловых партнеров в компании	Знать: ключевые корпоративные документы организации; роль руководителя в формировании корпоративной культуры; основные элементы корпоративной культуры; Уметь: проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры; уметь использовать технологии трансформации корпоративной культуры. Владеть: навыками по работе с корпоративными документами организации; инструментами выстраивания деловых коммуникаций навыками развития корпоративной культуры организации.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу

3.2Формы деловых коммуникаций	Знать: ключевые корпоративные документы организации; роль руководителя в формировании корпоративной культуры; Уметь: проводить аналитическую и исследовательскую работу по оценке состояния корпоративной культуры; уметь использовать технологии трансформации корпоративной культуры. Владеть: навыками по работе с корпоративными документами организации; инструментами выстраивания деловых коммуникаций; инструментами создания презентационных материалов; навыками развития корпоративной культуры организации.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу
3.3Работа с презентацией	Знать: основные элементы корпоративной культуры; направления и формы работы по формированию корпоративной культуры. Уметь: правильно оформлять корпоративные документы организации в соответствии с принятой инструкцией по делопроизводству; уметь использовать технологии трансформации корпоративной культуры. Владеть: инструментами выстраивания деловых коммуникаций; инструментами создания презентационных материалов;	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

–Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

–Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам

бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

–Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Корпоративная культура»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Корпоративная социальная ответственность»

Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Форма обучения очная, очно-заочная

Москва 2024

Программа составлена доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Я.П. Молчановой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.04.02. – «Менеджмент»** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Корпоративная социальная ответственность»** относится к вариативной части базовых дисциплин учебного плана. Для успешного освоения дисциплины студент должен знать основные положения основ маркетинга, маркетинговых исследований, менеджмента, деловых коммуникаций, организационного поведения, безопасности жизнедеятельности и ряда других дисциплин.

Цель дисциплины – усвоение студентами теоретических знаний о принципах, методах и подходах к организации деятельности компании в области корпоративной социальной ответственности, формирование практических навыков разработки экологических и социальных программ и формирования и распространения открытой отчетности компании в области устойчивого развития.

Задачи дисциплины

- раскрыть основные понятия корпоративной социальной ответственности;
- дать рекомендации по формированию социального и делового имиджа компании с целью повышения эффективности и результативности коммерческой деятельности;
- познакомить с технологией организации социально-значимых проектов и подготовки материалов для различных групп общественности (партнеров, клиентов и др.) и СМИ;
- сформировать навыки оценки степени социальной ответственности организации и повышения ее уровня;
- сформировать умение оценивать и обосновывать предлагаемые социально-значимые решения;
- сформировать практические навыки организации различных социальных и экологических проектов и подготовки открытых отчетов в области устойчивого развития в процессе проведения деловых игр.

Дисциплина **«Корпоративная социальная ответственность»** преподается в 8 семестре (очная форма) и в 8 семестре (очно-заочная форма). Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Гражданская позиция	УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-11.1. Знает сущность, понятие и задачи противодействия коррупции и предупреждения коррупционных рисков в профессиональной деятельности; требования законодательства в области противодействия коррупции;

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической	ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.5 Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей.	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	поддержки управленческих решений и консалтинга)			
Стратегическое и тактическое управление и планирование развития организации, ее производственной деятельности;	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании 40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере стратегического и тактического планирования и организации производства)	ПК-7. Способен реализовывать тактическое управление процессами организации производства	ПК-7.3. Владеет навыками постановки тактических задач планирования и организации производства	Профессиональные компетенции определяются Организацией на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- этапы и особенности развития деятельности компаний в области КСО в мире и в России;
- роль корпоративной социальной ответственности в деятельности организаций;
- международные стандарты КСО, принципы социальной ответственности организации;
- основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний;
- процедуру подготовки открытого отчета в области устойчивого развития.

Уметь:

- анализировать опыт деятельности в области КСО передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования;
- готовить предложения в области КСО, содействующие улучшению имиджа и репутации компании;
- собирать и анализировать информацию для нефинансового отчета.

Владеть:

- информацией о наилучших современных российских и зарубежных практиках в сфере КСО;
- навыками составления нефинансовой отчетности по стандарту GRI с учетом стандарта взаимодействия с заинтересованными сторонами;
- навыками эффективно информировать различные заинтересованные стороны о КСО компании и результатах социальных и благотворительных программ.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции	0,445	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,445	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,11	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основные понятия и инструментарий развития корпоративной социальной ответственности (КСО)	54	10	8	-	36
1.1	История развития корпоративной социальной ответственности, эволюция понятия. Основные направления и уровни применения. Основные мотивы и преимущества.	4	2	-	-	2
1.2	Модели КСО в разных странах. Исторические корни развития КСО в России: меценатство и благотворительность. Развитие КСО в современной России.	14	2	2	-	10
1.3	Добровольные инициативы и стандарты в области КСО. Глобальный договор ООН. Социальная хартия российского бизнеса. Руководство по социальной ответственности ISO 26000.	6	2	-	-	4
1.4.	Принципы и основные темы социальной ответственности - права человека; - трудовые практики; - окружающая среда; - добросовестные деловые практики; - проблемы, связанные с потребителями; - участие в жизни сообществ и их развитие. Социальная ответственность и человеческий капитал	10	2	2	-	6
1.5.	Социальное предпринимательство. Понятие. История. Практика. Социальные инвестиции	8	2	-	-	6

1.6.	Примеры добровольных инициатив и инструментов в области социальной ответственности	12	-	4	-	8
2.	Раздел 2. Открытая отчетность в области устойчивого развития	54	6	8	-	40
2.1	Виды, мотивы распространения и стандарты открытой отчётности. Глобальная инициатива в области отчётности. Руководства по отчетности компаний в рамках проекта Carbon Disclosure (CDP).	8	2		-	6
2.2	Принципы открытой отчётности	6	-	2	-	4
2.3	Структура отчёта в области устойчивого развития	2	2	-	-	-
2.4	Основные этапы подготовки отчёта. Выбор показателей результативности.	14	-	2	-	12
2.5	Обзор лучших практик нефинансовой отчётности российских и международных компаний. Особенности развития открытой отчётности в России.	16	-	4	-	12
2.6.	Управление корпоративной ответственностью и измерение результативности. Российские методики оценки КСО	8	2	-	-	6
	ИТОГО	108	16	16	-	76

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основные понятия и инструментарий развития корпоративной социальной ответственности (КСО)	54	10	4	-	40
2.	Раздел 2. Открытая отчетность в области устойчивого развития	54	6	4	-	44
	ИТОГО	108	16	8	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Основные понятия и инструментарий развития корпоративной социальной ответственности (КСО)

1.1. История развития корпоративной социальной ответственности, эволюция понятия. Модель «корпоративного эгоизма». Модель «корпоративного альтруизма». Модель «разумного эгоизма». Основные направления и уровни применения.

Основные мотивы и преимущества.

1.2. Модели КСО в разных странах. Американская, европейская, британская, канадская модели КСО: сравнительный анализ. Исторические корни развития КСО в России: меценатство и благотворительность.

Развитие КСО в современной России.

1.3. Добровольные инициативы и стандарты в области КСО. Глобальный договор ООН. Социальная хартия российского бизнеса. Руководство по социальной ответственности ISO 26000.

1.4. Принципы и основные темы социальной ответственности: права человека, трудовые практики, окружающая среда (в т.ч. организация диалога с общественностью по экологическим вопросам. Связь восприятия экологического риска с законами социальной психологии. Работа с экологической информацией), добросовестные деловые практики, проблемы, связанные с потребителями, участие в жизни сообществ и их развитие.

1.5. Социальное предпринимательство. Понятие. История. Практика.

Социальные инвестиции

1.6. Примеры добровольных инициатив и инструментов в области социальной ответственности.

Раздел 2. Открытая отчетность в области устойчивого развития

2.1. Виды, мотивы распространения и стандарты открытой отчетности. Глобальная инициатива в области отчётности (GRI). Руководства по отчетности компаний в рамках проекта Carbon Disclosure (CDP).

2.2. Принципы открытой отчетности

2.3. Структура отчета в области устойчивого развития

2.4. Основные этапы подготовки отчета. Выбор показателей результативности.

2.5. Обзор лучших практик нефинансовой отчетности российских и международных компаний. Особенности развития открытой отчетности в России.

2.6. Управление корпоративной ответственностью и измерение результативности.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	
	Знать:			
1	– этапы и особенности развития деятельности компаний в области КСО в мире и в России;	+		
2	– роль корпоративной социальной ответственности в деятельности организаций;	+		
3	– международные стандарты КСО, принципы социальной ответственности организации;	+		
4	– основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний;		+	
5	– процедуру подготовки открытого отчета в области устойчивого развития.		+	
	Уметь:			
6	– анализировать опыт деятельности в области КСО передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования;	+		
7	– готовить предложения в области КСО, содействующие улучшению имиджа и репутации компании;	+		
8	– собирать и анализировать информацию для нефинансового отчета;		+	
	Владеть:			
9	– информацией о наилучших современных российских и зарубежных практиках в сфере КСО;	+	+	
10	– навыками составления нефинансовой отчетности по стандарту GRI с учетом стандарта взаимодействия с заинтересованными сторонами		+	
11	– навыками эффективно информировать различные заинтересованные стороны о КСО компании и результатах социальных и благотворительных программ.	+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :				
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК		
12	– УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-11.1. Знает сущность, понятие и задачи противодействия коррупции и предупреждения коррупционных рисков в профессиональной деятельности; требования законодательства в области противодействия коррупции;	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :				
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК		

13	– ПК-5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.5 Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей.	+	+
14	– ПК-7. Способен реализовывать тактическое управление процессами организации производства	– ПК-7.3. Владеет навыками постановки тактических задач планирования и организации производства	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.2.	Примеры меценатства в России	2
2	1.4.	Сравнительная оценка деятельности различных компаний на предмет соответствия принципам КСО	2
3	1.6.	Отражение вопросов КСО на сайтах различных компаний	2
4	1.6.	КСО для вуза или Роль различных заинтересованных сторон в реализации КСО в России	2
5	2.2.	Открытая отчетность компаний: соблюдение международных принципов открытой отчетности	2
6	2.4.	Открытая отчетность компаний: выбор показателей результативности	2
7	2.5.	Цели устойчивого развития и КСО. Анализ опыта	2
8	2.5.	Презентация корпоративного отчета	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.2	Примеры меценатства в России	2
2	1.6.	Отражение вопросов КСО на сайтах различных компаний	2
3	2.2.	Открытая отчетность компаний: соблюдение международных принципов открытой отчетности	2
3	2.4	Открытая отчетность компаний: выбор показателей результативности	2

Практические занятия проводятся в форме работы в группах (коллективного обсуждения), анализа кейсов, деловых игр с последующей презентацией и обсуждением результатов.

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

– регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала и подготовку к семинарским занятиям по разделам дисциплины;

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, и работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- подготовку докладов по тематике дисциплины;
- посещение выставок, семинаров, конференций различного уровня.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за текущую работу: за реферат (20 баллов), выступления по результатам выполнения заданий (30 баллов) и работу на семинарских занятиях (10 баллов) и устный контроль освоения дисциплины по каждому разделу (40 баллов: 2 шт. по 20 баллов).

Распределение баллов в семестре для очной формы обучения

№ п/п	Вид работы	Баллы
Рефераты		
1	Открытая отчетность компаний: выбор показателей результативности	20
Активность на семинарских занятиях, презентации		
2	Выступления и их обсуждение по примерам меценатства в России	10
3	Доклад по результатам сравнительной оценки деятельности различных компаний на предмет соответствия принципам КСО	10
5	Презентации студентов по теме «Отражение вопросов КСО на сайтах различных компаний»	10
6	Деловая игра: «Презентация корпоративного отчета»	10
7	Устный контроль освоения дисциплины по каждому разделу (2 шт.)	40
8	ИТОГО	100

Для студентов очно-заочно формы обучения вместо текущего устного опроса предусмотрен **зачет** по дисциплине «Корпоративная социальная ответственность», который включает устный ответ на контрольные вопросы по всем разделам учебной программы дисциплины.

8.1. Примерная тематика рефератов

Анализ открытой отчетности компании в области устойчивого развития.

Задание 1: на примере конкретной компании проанализируйте отчет в области устойчивого развития (содержание, значение для организации и общества, следование стандартам, соблюдение основных принципов подготовки подобных документов).

Задание 2: на примере конкретной компании проанализируйте показатели результативности, представленные в отчетах в области устойчивого развития, разбив их на группы (экономической, экологической и социальной). Проанализируйте, соответствуют ли выбранные показатели международным принципам подготовки открытых отчетов. Какие показатели, на Ваш взгляд, наиболее информативны? Напишите рекомендации для компании по выбору показателей результативности для включения в отчеты следующих лет.

По желанию работа над рефератом может сопровождаться презентацией и ее обсуждением во время семинарских занятий.

8.2. Примеры домашних заданий к семинарским занятиям

Подготовьте презентацию в редакторе Power Point по теме «Отражение вопросов КСО на сайтах различных компаний», выбрав сайт произвольной компании.

Подберите по открытым отчетам в области устойчивого развития примеры отражения аспектов повышения энергоэффективности в открытой отчетности.

8.3. Примерный перечень контрольных тем работ

Не предусмотрены

8.4. Вопросы для текущего контроля освоения дисциплины

Контроль осуществляется в устной форме по каждому разделу.

Раздел 1

1. История развития концепции КСО, эволюция понятия.
2. Ответственность бизнеса. Теории корпоративного эгоизма, корпоративного альтруизма и разумного эгоизма.
3. Основные причины внимания компаний к вопросам КСО. Преимущества внедрения КСО для бизнеса.
4. Стадии развития КСО компании.
5. Роль КСО в создании положительного имиджа и деловой репутации компании.
6. Модели КСО в разных странах.
7. Расцвет меценатства и благотворительности в России.
8. Организационные механизмы управления КСО.
9. Ценностные механизмы управления КСО.
10. Основные формы и инструменты взаимодействия компании с заинтересованными сторонами.
11. Стандарты в области КСО и их значение.
12. Глобальный договор ООН. Социальная хартия российского бизнеса.
13. Руководство по социальной ответственности ISO 26000.
14. Взаимосвязь между социальной ответственностью и устойчивым развитием.
15. Роль государства в развитии деятельности компаний в области КСО.
16. Примеры секторальных инициатив в области КСО.
17. Принципы социальной ответственности.
18. Социальное предпринимательство. Понятие. История. Примеры.
19. Основные темы социальной ответственности.
20. Барьеры, препятствующие развитию КСО в России.
21. Понятие ответственности и ее ограничительная и мотивационная роль в деятельности компаний.
22. Связь полномочий, обязанностей и ответственности.
23. Социальная ответственность предпринимательства в развитии экономики и общества.

24. Корпоративная социальная ответственность как фактор конкурентного преимущества.
25. Управление знаниями в организации в ракурсе корпоративной социальной ответственности.
26. Социальные программы в стратегии развития внутренней корпоративной социальной ответственности.
27. Современные особенности ответственности российского бизнеса.
28. Согласование корпоративных интересов в процессах реализации корпоративной социальной ответственности.
29. Проявление лидерства в процессах реализации корпоративной социальной ответственности.
30. КСО и поддержка развития науки.
31. КСО и поддержка развития образования.
32. Особенности здравоохранения как объекта корпоративной социальной ответственности.
33. КСО и роль культуры в развитии экономики и общества.
34. Частные и корпоративные формы поддержки культуры (российский опыт).
35. Благотворительная деятельность бизнеса в области поддержки культуры.
36. Корпоративное волонтерство в России и за рубежом.
37. Корпоративная социальная ответственность в обеспечении устойчивого развития организации.
38. Принципы устойчивого развития при реализации корпоративной социальной ответственности организацией.
39. Деловая репутация — результат корпоративной социальной ответственности организации.
40. Деловая репутация как фактор устойчивого развития организации.
41. Роль корпоративной социальной ответственности в антикризисном развитии организации.
42. «Реагирующая» и «стратегическая» корпоративная социальная ответственность.
43. Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития организации.
44. Разнообразие типов социальной ответственности.
45. Роль корпоративной социальной ответственности в формировании конкурентных преимуществ организации.
46. Корпоративная социальная ответственность как фактор формирования конкурентных преимуществ организации.
47. Этические нормы реализации ответственности.
48. Этический кодекс — регулятор реализации ответственности.
49. Проекты РСПП в области КСО.
50. Рейтинги экологической ответственности.

Раздел 2.

51. Основные мотивы распространения открытой отчётности.
52. Принципы открытой отчётности по GRI.
53. 4 принципа, определяющие содержание отчёта в области устойчивого развития.
54. 6 принципов, определяющих качество отчёта в области устойчивого развития.
55. Роль взаимодействия с заинтересованными сторонами при подготовке открытых нефинансовых отчётов.
56. Принцип полноты в подготовке открытых нефинансовых отчётов.
57. Принцип существенности в подготовке открытых нефинансовых отчётов.

58. Принцип контекста в подготовке открытых нефинансовых отчётов.
59. Принцип устойчивого развития в подготовке открытых нефинансовых отчётов.
60. Типичная структура отчёта в области устойчивого развития.
61. Основные этапы подготовки нефинансового отчёта.
62. Выбор показателей результативности при подготовке отчетов в области устойчивого развития.
63. Особенности развития открытой отчётности в России.
64. Отчётность в области парниковых газов. Особенности. Заинтересованные стороны.
65. Обязательная отчетность по парниковым газам в России.
66. Этапы введения обязательной углеродной отчётности в России.
67. Добровольная и обязательная углеродная отчётность в России.
68. Основные группы подходов к оценке нефинансовой отчётности.
69. Оценка эффективности социальных инвестиций и социального партнёрства.
70. Лидеры нефинансовой отчетности в России. Программы поддержки.
71. Деятельность РСПП в области нефинансовой отчетности.
72. Методики оценки нефинансовой отчётности. Особенности, преимущества и недостатки.
73. Реестр нефинансовых отчётов РСПП. История. Структура. Значение.
74. Национальный Регистр нефинансовых отчётов.
75. Концепция публичной нефинансовой отчетности в России.
76. Углеродная отчётность и Рейтинги CDP.
77. Руководство по отчетности GRI: модульные стандарты (вводимые с 2018)
78. Модули GRI – 2016, вводимые с 2018 г.
79. Экологические темы в GRI – 2016.
80. Корпоративная отчётность в России и специфика отчётов различных компаний.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07332-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488973>
2. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под редакцией В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 490 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14561-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489129>
3. *Тульчинский, Г. Л.* Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности : учебник и практикум для вузов / Г. Л. Тульчинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03469-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489144>

Б. Дополнительная литература

1. Аналитический обзор «Нефинансовая отчетность в России и мире: Цели устойчивого развития – в фокусе внимания». – М.: РСПП, 2019. –Электронный ресурс: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/activity/social/>
2. Аникеева О. П. Социальная ответственность бизнеса и международная конкурентоспособность: учебник и практикум для вузов. Гриф УМО ВО. – М.: Изд-во Юрайт, Тюмень: Изд-во Тюменского государственного университета. 2021. 169 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476619>
3. Бизнес. Экология. Человек. Сборник корпоративных практик. Москва, РСПП. 2016. 156 с. Электронный ресурс: <http://media.rspp.ru/document/1/c/8/c8f9aee1c66a4e7f1dcd0eee49d3ec91.pdf>
4. Божук С. Г., Кулибанова В. В., Тэор Т. Р. Корпоративная социальная ответственность: учебник для академического бакалавриата. – М.: Изд-во Юрайт, 2021. – 226 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470277>
5. Гусева Т.В., Молчанова Я.П. Экологический менеджмент и корпоративная социальная ответственность. Москва: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2008. 176 с.
6. Корпоративная социальная ответственность. Новая философия бизнеса. Внешэкономбанк, Москва, 2011. 56 с. <http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/kso/ksobook2011.pdf>
7. Национальный стандарт ГОСТ Р ИСО 26000. Руководство по социальной ответственности. <http://protect.gost.ru/v.aspx?control=8&baseC=6&page=184&month=6&year=2014&search=&RegNum=1&DocOnPageCount=15&id=173486>
8. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4. Инструкция по применению. GRI, 2013. 282 с.
9. Руководство по отчетности в области устойчивого развития G4. Принципы подготовки отчетности и стандартные элементы. GRI, 2013. 102 с.
10. Сборник корпоративных практик «Российский бизнес и цели устойчивого развития», 2018. Электронный ресурс: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/activity/social/>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Журналы:

- Информационно-аналитический журнал «Бизнес и Общество». Электронный ресурс: <http://www.csjournal.com/>
- Международный деловой журнал «Устойчивый бизнес». Электронный ресурс: <http://www.b-soc.ru/>

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет <http://www.corporateregister.com/stats/> – международный реестр корпоративных отчетов

- <http://www.globalreporting.org> – сайт Международной инициативы по отчетности
- <http://www.ksovok.com/> – сайт Центра экспертных программ ВОК, члена Международного Комитета по корпоративной социальной ответственности
- <https://open-era.ru/reitingi> – рейтинги экологического рейтингового агентства «ЭРА»
- <http://www.soc-otvet.ru/> – специализированный ресурс, посвященный философии и практике корпоративной ответственности и устойчивого развития.
- <https://xn--o1aabe.xn--p1ai/activity/social/> – раздел «Социальная ответственность» на сайте Российского союза промышленников и предпринимателей
- <http://www.nb-forum.ru/social/> – портал «Новый бизнес. Социальное предпринимательство»

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- слайды в редакторе Power Point, подготовленные для каждого лекционного занятия;
- обучающие фильмы по дисциплине;
- открытые отчеты компаний в области устойчивого развития;
- банк вопросов для текущего контроля (общее число вопросов 80).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Корпоративная социальная ответственность*» проводятся в форме лекционных и семинарских занятий, а также самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Не предусмотрены.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры, укомплектованные принтерами и программными средствами; проекторы и экраны, в том числе интерактивные; копировальные аппараты; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к лекционным разделам дисциплины.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к лекционным разделам дисциплины; кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения для использования студентами и организации образовательного процесса:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGenuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Основные понятия и инструментарий развития корпоративной социальной ответственности (КСО)	<i>Знает:</i> - этапы и особенности развития деятельности компаний в области КСО в мире и в России; - роль корпоративной социальной ответственности в деятельности организаций; - международные стандарты КСО, принципы социальной ответственности организации; <i>Умеет:</i> - анализировать опыт деятельности в области КСО передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования; - готовить предложения в области КСО, содействующие улучшению имиджа и репутации компании; <i>Владеет:</i> - информацией о наилучших современных российских и зарубежных практиках в сфере КСО; - навыками эффективно информировать различные заинтересованные стороны о КСО компании и результатах социальных и благотворительных программ.	Оценка работы на семинарских занятиях, ответы на устные вопросы, оценка за доклад Оценка за зачет
Раздел 2. Открытая отчетность в области устойчивого развития	<i>Знает:</i> - основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний; - процедуру подготовки открытого отчета в области устойчивого развития. <i>Умеет:</i> - собирать и анализировать информацию для нефинансового отчета; <i>Владеет:</i> – информацией о наилучших современных российских и зарубежных практиках в сфере КСО; – навыками составления нефинансовой отчетности по стандарту GRI с учетом стандарта взаимодействия с заинтересованными сторонами – навыками эффективно информировать различные заинтересованные стороны о КСО компании и результатах социальных и благотворительных программ.	Оценка работы на семинарских занятиях, ответы на устные вопросы, оценка за доклад Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
 к рабочей программе дисциплины **«Корпоративная социальная ответственность»**
 основной образовательной программы
38.03.02 «Менеджмент»
 профиль **«Маркетинг и рыночная аналитика»**
 Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Лидерство»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным
и ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.В. Фроловой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Лидерство»** относится к вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области менеджмента и психологии.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся теоретических знаний и практических умений, позволяющих анализировать проявления феноменов, психологической уверенности, лидерства и руководства в организации, а также осуществлять социальное влияние в системе профессиональных и межличностных отношений.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о проблеме лидерства и о существующих подходах к её исследованию, предмете и роли психологии лидерства в системе наук о человеке, её месте в теоретических исследованиях и практике руководства организациями;
- сформировать у обучающихся систему знаний о психологических явлениях, закономерностях организационного лидерства, теоретических основах психологии лидерства, этапах её становления и развития психологии лидерства, разнообразных точках зрения на проблему лидерства;
- выработать умение самостоятельно использовать обучающимися психологические знания для решения разнообразных задач социально-психологического проектирования систем воспроизводства лидеров и психологического сопровождения развития личности успешных лидеров.

Дисциплина **«Лидерство»** преподаётся в 6 семестре (очная форма обучения). Контроль успеваемости студентов ведётся по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	УК-3.2 Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации

		своей роли и взаимодействия внутри команды;
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-6.2 Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения; УК-6.3 Владеет навыками управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социо-культурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни.

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	Сфера русского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно- аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК-3. Способен принимать управленческие решения	ПК-3.2. Умеет анализировать зоны ответственности заинтересованных сторон; ПК-3.3. Владеет навыками реализации управленческих решений и приемами мотивации.	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- социально-психологическую специфику управленческой деятельности в современных условиях;
- периоды в истории изучения лидерства в зарубежной и отечественной психологии;
- современные подходы к изучению и формированию лидерства;
- основные проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства;
- основные теоретические позиции, лежащие в основе кросс-культурных исследований лидерства.

Уметь:

- анализировать проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства;
- давать характеристику отечественным школам и исследовательским группам по изучению лидерства;
- самостоятельно анализировать результаты своей профессиональной деятельности, выявлять проблемные моменты, находить ресурсы для их разрешения, планировать собственное профессиональное развитие;
- использовать приемы диагностики, коррекции и психологического сопровождения лидерства.

Владеть:

- методами психологической диагностики лидерского потенциала;
- навыками системной оценки уровня и перспектив организационного развития, методами диагностики организационной культуры;
- навыками психологической самодиагностики и саморегуляции.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,1	40	30
Контактная самостоятельная работа	1,1	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8	29,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Разделы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1	Раздел 1. Научные основы лидерства.	26	6	6	14
1.1	Предыстория лидерства: вожачество в мире животных. Формы сообществ животных и их иерархическая структура. Общие проблемы психологии лидерства.	14	2	4	8
1.2	Функция лидера в современном обществе.	12	4	2	6
2	Раздел 2. Лидерство в организации.	26	6	6	14
2.1	Руководство и лидерство. Феномен организационной культуры в контексте диалектической взаимосвязи лидерства и руководства.	14	2	4	8
2.2	Определение команды, типология команд.	12	4	2	6
3	Раздел 3. Оценка и развитие лидерского потенциала	20	4	4	12
3.1	Гендерные исследования лидерства.	10	2	2	6
3.2	Этапы становления лидера.	10	2	2	6
	ИТОГО	72	16	16	40

4.2 Содержание разделов дисциплины

Введение.

Цели и задачи курса. Структура излагаемого материала. Основные понятия, определения, терминология.

Раздел 1. Научные основы лидерства.

1.1 Предыстория лидерства: вожачество в мире животных. Формы сообществ животных и их иерархическая структура. Общие проблемы психологии лидерства. Концепция лидерства в психологии. История изучения лидерства до начала XX века. Лидерство в первой четверти XX века. Изучение лидерства во второй четверти XX века. 1950-1970-е годы в изучении лидерства (зарубежные и отечественные исследования). Послевоенные теории: ситуационный подход, теория перцептивной активности последователей, теория личностного аспекта лидерства, харизма лидера, вероятностная модель эффективности лидерства: трансформационная парадигма, транзакционистская парадигма.

1.2 Функция лидера в современном обществе. Лидерство как фактор личностного роста и движущая сила социального и предпринимательского развития. Роль лидера в условиях глобализации рынка. Междисциплинарная функция психологии лидерства и ее роль в системе наук о менеджменте и деловом администрировании. Лидерство руководства в ISO 9001:2015.

Раздел 2. Лидерство в организации.

2.1 Руководство и лидерство. Феномен организационной культуры в контексте диалектической взаимосвязи лидерства и руководства. Социальное партнерство в организации. Феномен доверия как базис социального партнерства в организации. Понятие социального капитала. Основные факторы социального партнерства: коммуникация, мотивация, сотрудничество. Мотивационный менеджмент. Влияние управленческого стиля на качество социального капитала в организации.

2.2 Определение команды, типология команд. Операционные или инновационные цели команды. Два вида команд: функциональные команды: команды советников, производственные команды; инновационные команды: проектные команды и команды действия. Тип мышления: типологический опросник Майерс-Бригс. Четыре пары основных характеристик типов личности: экстраверсия-интроверсия, сенсорика-интуиция, мышление-чувствование, решение-восприятие. Социально-психологическая структура команды. Лидерство и организационная власть. Природа и источники власти. Пять типов власти лидера. Власть и группа в организации. Проблема делегирования полномочий.

Раздел 3. Оценка и развитие лидерского потенциала.

3.1 Гендерные исследования лидерства. Проблемы гендерных различий. Формирование гендерной психологии лидерства. Гендерные теории лидерства. Кросс-культурное изучение лидерства как современная мировая тенденция. Виды подходов к явлению лидерства в психологии: их основные сходства и различия. Принципы эффективного взаимодействия человека и системы: самореализация и взаимная функциональность.

3.2 Этапы становления лидера. Имплиcitная теория лидерства. Психологическая концепция обмена: (обмен в контексте транзакционистского подхода к лидерству; обмен как проявление «идиосинкразического кредита»; ценностный обмен). Методы развития лидерского потенциала и повышения социально-психологической компетентности руководителя (коучинг, тренинг, социально-психологическое развитие групп и создание команд в организации).

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	– социально-психологическую специфику управленческой деятельности в современных условиях;	+	+	+
2	– периоды в истории изучения лидерства в зарубежной и отечественной психологии;	+	+	+
3	– современные подходы к изучению и формированию лидерства;		+	+
4	– основные проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства;			+
5	– основные теоретические позиции, лежащие в основе кросс-культурных исследований лидерства.			+
	Уметь:			
6	– анализировать проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства;	+	+	+
7	– давать характеристику отечественным школам и исследовательским группам по изучению лидерства;	+	+	+
8	– самостоятельно анализировать результаты своей профессиональной деятельности, выявлять проблемные моменты, находить ресурсы для их разрешения, планировать собственное профессиональное развитие;		+	+
9	– использовать приемы диагностики, коррекции и психологического сопровождения лидерства			+
	Владеть:			
10	– методами психологической диагностики лидерского потенциала;	+	+	+
11	– навыками системной оценки уровня и перспектив организационного развития, методами диагностики организационной культуры;		+	+
	– навыками психологической самодиагностики и саморегуляции			+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>				
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК		

12	– УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	– УК-3.2 Умеет устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающие успешную работу в коллективе; применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды;	+	+	+
13	– УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	– УК-6.2 Умеет эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения;	+	+	+
		– УК-6.3 Владеет навыками управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социо-культурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни.	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
14	– ПК-3. Способен принимать управленческие решения.	– ПК-3.2. Умеет анализировать зоны ответственности заинтересованных сторон;	+	+	+
		– ПК-3.3. Владеет навыками реализации управленческих решений и приемами мотивации.	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1	Практическое занятие 1. Предыстория лидерства: вожачество в мире животных. Формы сообществ животных и их иерархическая структура. Общие проблемы психологии лидерства.	4
2	Раздел 1	Практическое занятие 2. Функция лидера в современном обществе.	2
3	Раздел 2	Практическое занятие 3. Руководство и лидерство. Феномен организационной культуры в контексте диалектической взаимосвязи лидерства и руководства.	4
4	Раздел 2	Практическое занятие 4. Определение команды, типология команд.	2
5	Раздел 3	Практическое занятие 5. Гендерные исследования лидерства.	2
6	Раздел 3	Практическое занятие 6. Этапы становления лидера.	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 60 баллов за семестр), реферата (максимальная оценка 10 баллов за семестр), практических работ (максимальная оценка 30 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. Понятие «лидер». Понятие «лидерство». Организационный лидер.
2. Власть и лидерство. Авторитет лидера.
3. Концепция «Великого человека». Персоналистический подход к исследованию проблемы лидерства.
4. Ситуационный подход к исследованию проблемы лидерства.
5. Теория взаимодействий.
6. Мотивационные теории лидерства.
7. Ситуационная теория лидерства Ф. Фидлера.
8. Ситуационная теория П. Херси и К. Бланшара.
9. Двумерная модель лидерства Р. Блейка и Дж. Моутон.
10. Ценностная теория лидерства С. Кучмарски и Т. Кучмарски.
11. Концепция «обслуживающего лидерства» Р. Гринлифа.
12. Концепция гендерного потока.
13. Теория тендерного отбора лидеров.
14. Концепция токенизма.
15. Теоретическая модель инграциации.
16. Статусная теория.
17. Социально-ролевая теория гендерных различий лидеров.
18. Понятие «стейкхолдер». Подлидеры, трейблейзеры, суперлидеры, самолидеры, сервант-лидеры, лидер-эвгемер.
19. Лидерские стили.
20. Организационное управление. Основные функции управления.
21. Подходы к управлению. Концепции управления.
22. Классификация стилей руководства К. Левина.
23. Классификация стилей руководства А.Л. Журавлева.
24. Классификация стилей руководства Р. Лайкерта.
25. Психологические типы руководителей.
26. Руководитель и лидер. Руководитель-лидер и руководитель-администратор.
27. Основные типологии лидерства.
28. Метафорические типы руководителя.

29. Искусство управления. Процесс «лидерства-последовательства».
30. Правила рационального использования времени. Передача инициативы.
31. Отношения руководителя с вышестоящим руководством и системой.
32. Эффективное управление. Ступени в развитии любого первого руководителя.
33. Этапы делегирования руководителем полномочий.
34. Правила информационного взаимодействия с подчиненными.
35. Практика делегирования полномочий.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольные работы (по одной контрольной работе по каждому разделу). Максимальная оценка за контрольные работы 1, 2 и 3 (6 семестр очная форма обучения и 5 семестр очно-заочная форма обучения) составляет 20 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 5 вопросов, по 4 балла за вопрос.

Вопрос 1.1. Феномен «лидерство»: понятие и сущность

Вопрос 1.2. Эволюции теории лидерства.

Вопрос 1.3. Зарубежные теории лидерства.

Вопрос 1.4. Феноменология лидерологии на современном этапе.

Вопрос 1.5. Формирование эффективных команд.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 5 вопросов, по 4 балла за вопрос

Вопрос 2.1. Ступени профессионализма лидера.

Вопрос 2.2. Особенности внутриорганизационного взаимодействия.

Вопрос 2.3. Практика делегирования полномочий.

Вопрос 2.4. Руководство организацией как фактор групповой сплоченности. Стили руководства.

Вопрос 2.5. Организационная культура как фактор групповой сплоченности.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 2 балла за вопрос.

Ответить на вопросы теста (выберите правильный ответ)

Вопрос 3.1

Власть, которая основана на том, что руководитель имеет возможность наказывать, препятствовать достижению целей и потребностей исполнителей. Они, в свою очередь, это сознают и вынуждены, вследствие этого, подчиняться:

1. власть принуждения
2. власть вознаграждения
3. экспертная власть
4. харизматическая власть

Вопрос 3.2

Сфера исследования лидерства, которая предполагает изучение личностных качеств лидеров, лидерской «Я-концепции», мотивов, потребностей лидеров и т.п.:

1. личностная сфера
2. ситуационная сфера

3. сфера поведения и взаимодействия
4. ценностная сфера

Вопрос 3.3

Теория лидерства, согласно которой эффективность лидера имеет вероятностный характер и зависит от того, насколько его стиль взаимодействия с группой соответствует ситуации ее жизнедеятельности:

1. ситуационная теория лидерства Ф. Фидлера
2. ситуационная теория лидерства П. Херси и К. Бланшара
3. двумерная модель лидерства
4. ценностная теория лидерства
5. концепция «обслуживающего лидерства»

Вопрос 3.4

Гендерная теория лидерства, согласно которой фактор гендера считается доминирующим: он является столь мощным, что распространяет свое влияние на другие роли, в том числе и на роль лидера, заливая, подобно потоку, все вокруг: концепция «гендерного потока»

1. теория гендерного отбора лидеров
2. концепция токенизма
3. теоретическая модель инграциации

Вопрос 3.5

Лидер, способный воспитать новых лидеров:

1. суперлидер
2. самолидер
3. сервант-лидер
4. лидер-эвгемер

Вопрос 3.6

Функция управления, которая состоит в выборе направлений, путей, средств и мероприятий по реализации целей деятельности организации:

1. функция планирования
2. функция целеполагания
3. функция организации
4. функция стимулирования
5. функция контроля

Вопрос 3.7

Личностный тип руководителя (по типологии Д. Бэлла), который отличается необременительностью целей, уклонением от принятия ответственных решений, провокацией конфликтов, пренебрежением чувствами подчиненных, односторонней, чаще негативной обратной связью с сотрудниками:

1. агрессор
2. командир
3. уклонист
4. угодник

Вопрос 3.8

Тип лидерства, согласно которому лидер самозабвенно увлечен своей научной работой, требует от окружающих аналогичного отношения к науке, поэтому ведет себя резко и считается неуживчивым:

1. фанатик
2. диагност
3. пионер
4. эрудит

Вопрос 3.9 Концепция, которая постулирует, что на групповую динамику оказывает влияние пропорция представителей различных культурных категорий в группе (в частности, по гендерной и расовой принадлежности):

1. концепция «гендерного потока»
2. теория гендерного отбора лидеров
3. концепция токенизма
4. теоретическая модель инграциации

Вопрос 3.10

Уровень управления руководителя, при котором он освобождается от необходимости решать проблемы загрузки подчиненных:

1. обезличенный
2. персонифицированный
3. командный
4. иррациональный

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (6 семестр – зачет (очная форма), 5 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Савинова, С. Ю. Лидерство в бизнесе: учебник и практикум для вузов / С. Ю. Савинова, Е. Н. Васильева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 280 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11445-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495680>
2. Ильин, В. А. Психология лидерства: учебник для вузов / В. А. Ильин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — Стр. 248-306. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01559-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489128>

Б. Дополнительная литература

1. Селезнева, Е. В. Лидерство: учебник и практикум для вузов / Е. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 429 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08397-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489015>
2. Психология лидерства: лидерство в социальных организациях: учебное пособие для вузов / А. С. Чернышев [и др.] ; под общей редакцией А. С. Чернышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08262-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494350>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Социальная психология и общество» ISSN 2221-1527
- Журнал «Психологическая наука и образование» ISSN 1814-2052
- Журнал «Культурно-историческая психология» ISSN 1816-5435

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <https://www.scienceandsociety.com> Наука и Общество
- <http://lib.socio.msu.ru> Электронная библиотека Социологического факультета Московского Государственного Университета им. М. В. Ломоносова (МГУ)
- <http://www.isras.ru> Учреждение Российской Академии наук. Институт социологии РАН Публикации, банк социологических данных, ведущие журналы по социологии и политологии, научные дискуссии.
- <https://isp.hse.ru> Институт социальной политики. На сайте представлены материалы по социологическим исследованиям, проектам, мониторинги

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Лидерство*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса –	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом

	Стандартный Russian Edition			перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Научные основы лидерства	<i>Знает:</i> — социально-психологическую специфику управленческой деятельности в современных условиях; — периоды в истории изучения лидерства в зарубежной и отечественной психологии. <i>Умеет:</i> — анализировать проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства; — давать характеристику отечественным школам и исследовательским группам по изучению лидерства. <i>Владеет:</i> — методами психологической диагностики лидерского потенциала.	Оценка за контрольную работу №1 (6 семестр очная форма обучения, 5 семестр очно-заочная форма обучения) Оценка за практическую работу (6 семестр очная форма обучения, 5 семестр очно-заочная форма обучения) Оценка за зачет
Раздел 2. Лидерство в организации	<i>Знает:</i> — социально-психологическую специфику управленческой деятельности в современных условиях; — периоды в истории изучения лидерства в зарубежной и отечественной психологии; — современные подходы к изучению и формированию лидерства. <i>Умеет:</i> — анализировать проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства; — давать характеристику отечественным школам и исследовательским группам по изучению лидерства; — самостоятельно анализировать результаты своей профессиональной деятельности, выявлять проблемные моменты, находить ресурсы для их разрешения, планировать собственное профессиональное развитие. <i>Владеет:</i> — методами психологической диагностики лидерского потенциала; — навыками системной оценки уровня и перспектив организационного	Оценка за контрольную работу №2 (6 семестр очная форма обучения, 5 семестр очно-заочная форма обучения) Оценка за практическую работу (6 семестр очная форма обучения, 5 семестр очно-заочная форма обучения) Оценка за реферат (6 семестр очная форма обучения, 5 семестр очно-заочная форма обучения) Оценка за зачет

	развития, методами диагностики организационной культуры.	
Раздел 3. Оценка и развитие лидерского потенциала	<i>Знает:</i> – социально-психологическую специфику управленческой деятельности в современных условиях; – периоды в истории изучения лидерства в зарубежной и отечественной психологии; – современные подходы к изучению и формированию лидерства; – основные проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства; – основные теоретические позиции, лежащие в основе кросс-культурных исследований лидерства. <i>Умеет:</i> – анализировать проблемы, разрабатываемые гендерной психологией лидерства; – давать характеристику отечественным школам и исследовательским группам по изучению лидерства; – самостоятельно анализировать результаты своей профессиональной деятельности, выявлять проблемные моменты, находить ресурсы для их разрешения, планировать собственное профессиональное развитие; – использовать приемы диагностики, коррекции и психологического сопровождения лидерства. <i>Владеет:</i> – методами психологической диагностики лидерского потенциала; – навыками системной оценки уровня и перспектив организационного развития, методами диагностики организационной культуры; – навыками психологической самодиагностики и саморегуляции.	Оценка за контрольную работу №3 (6 семестр очная форма обучения, 5 семестр очно-заочная форма обучения) Оценка за практическую работу (6 семестр очная форма обучения, 5 семестр очно-заочная форма обучения) Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Лидерство»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная,

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Логистика»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом технических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Т.Н. Шушуновой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина **«Логистика»** относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и менеджмента.

Цель дисциплины – формирование знаний и способностей, позволяющих подготовить обучающихся к организационно-управленческой деятельности в области логистики при составлении отчетной документации, заключении договоров, разработки и реализации логистических стратегий и тактик, а также к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов логистических процессов и систем.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний о методах логистического управления;
- овладение аналитическими методами, применяемыми в логистике;
- изучение функциональных видов логистики;
- выявление наиболее важных задач и проблем, охватывающих все стороны каждого вида логистики, а также возможные варианты решения этих проблем;
- определение стратегических направлений развития логистических систем.

Дисциплина **«Логистика»** преподается в 4 (очная форма обучения) и 5 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.1. Знает инструменты поиска данных, необходимых для решения управленческих задач
	ОПК-2.3. Владеет способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы, возникающие в ходе своей профессиональной деятельности
ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ОПК-3.1. Знает основные методы управленческих решений и их специфические особенности
	ОПК-3.2. Умеет формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижения

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и	ПК-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности	ПК-2.1. Знает методы экономических исследований эффективности работ ПК-2.3. Владеет современными инструментами управления проектами и процессами	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса

проектов, видов деятельности, работ. Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- теоретические основы логистики и управления цепями поставок, термины и определения;
- основные функции и операции в ключевых областях логистики: снабжении, производстве, распределении;
- цели, задачи, тенденции развития логистики;
- принципы формирования интегрированных многоуровневых цепей поставок;
- модели и методы, используемые в логистике, их классификацию.

Уметь:

- анализировать реальные цепи поставок;
- рассчитывать основные параметры цепей поставок;
- оптимизировать издержки в цепях поставок различной конфигурации;
- моделировать логистические бизнес-процессы в цепях поставок.

Владеть:

- понятийным аппаратом и терминологией логистики и управления цепями поставок;
- методами принятия решений при управлении цепями поставок;
- навыками устранения «узких мест» в цепях поставок, оптимизации цепей поставок в целях снижения издержек и повышения эффективности функционирования логистических систем.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции	0,445	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,445	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,11	40	30
Контактная самостоятельная работа	0,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8	29,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,44	16	12
Лекции	0,22	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,56	56	42
Контактная самостоятельная работа	1,56	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		55,8	41,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Концептуальные и методологические основы логистики	24	6	6	-	12
2.	1.1. Эволюция концептуальных подходов к логистике.	8	2	2	-	4
3.	1.2. Понятие материального, информационного потоков и логистической операции.	8	2	2	-	4
4.	1.3. Стадии развития логистики	8	2	2	-	4
5.	Раздел 2. Логистика доставок	20	6	6	-	8
6.	2.1. Логистика доставок.	8	2	2	-	4
7.	2.2. Внутрипроизводственная логистика.	12	4	4	-	4
8.	Раздел 3. Организация службы логистики.	28	4	4	-	20
9.	3.1. Основные направления деятельности служб логистики.	14	2	2	-	10
10.	3.2. Логистические информационные системы.	14	2	2	-	10
	ИТОГО	72	16	16	-	40

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Концептуальные и методологические основы логистики	30	3	3	-	24
2.	1.1. Эволюция концептуальных подходов к логистике.	10	1	1	-	8
3.	1.2. Понятие материального, информационного потоков и логистической операции.	10	1	1	-	8
4.	1.3. Стадии развития логистики	10	1	1	-	8
5.	Раздел 2. Логистика доставок	30	3	3	-	24
6.	2.1. Логистика доставок.	10	1	1	-	8
7.	2.2. Внутрипроизводственная логистика.	20	2	2	-	16
8.	Раздел 3. Организация службы логистики.	12	2	2	-	8
9.	3.1. Основные направления деятельности служб логистики.	6	1	1	-	4
10.	3.2. Логистические информационные системы.	6	1	1	-	4
	ИТОГО	72	8	8	-	56

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Концептуальные и методологические основы логистики.

1.1. Эволюция концептуальных подходов к логистике. История термина. Определение понятия логистики. Концепция логистики. Логистические цепи, системы и их структура. Логистическая миссия и корпоративная стратегия. Окружающая среда логистики. Дологистический период. Период классической логистики. Период неологистики. Логистика как фактор повышения конкурентоспособности фирм. Основные требования логистики. Логистические функции и операции.

1.2. Понятие материального, информационного потоков и логистической операции. Логистическая стратегия управления материальными ресурсами. Объекты логистического управления. Рыночные предпосылки формирования логистики. Условия адаптации производителей к требованиям потребителей. Функции и задачи логистики. Взаимосвязь основных и дополнительных функций логистики.

1.3. Стадии развития логистики. Виды логистики. Логистические цепи, системы и их структура. Понятие и общие свойства логистической системы. Основные логистические концепции и системы.

Раздел 2. Логистические системы. Функциональные области логистики.

2.1. Логистика доставок. Определение и основные стадии экономичной доставки. Контракт купли-продажи. Технология заключения коммерческой сделки (контракта купли-продажи). Основные статьи контракта (основные требования, предъявляемые к контракту купли-продажи). Примерная структура контракта. Оптимизация поставок. Элементы затрат, влияющих на стоимость доставки товаров. Определение оптимальной партии поставки товара.

Логистика складского хозяйства. Основы складского хозяйства. Основные показатели деятельности склада. Выбор места и определение площади склада. Планирование материально-технического снабжения. Планирование потребности. Методы определения потребности. Планирование потребности. Производственные запасы. Элементы теории управления запасами.

2.2. Внутрипроизводственная логистика (ВПЛ). Роль и задачи внутрипроизводственной логистики. Планирование в системе ВПЛ. Взаимосвязь текущего и стратегического «прогнозного» планирования. Методы и приемы стратегического и текущего планирования. Факторы, определяющие объем производства. Основные понятия производственной логистики. «Толкающие и тянущие» системы в производстве. «Толкающая система» (МРП). Тянувшая система «КАНБАН». Факторы, влияющие на организацию материальных потоков. Сущность и основные элементы «изящного производства».

Транспортная логистика. Сущность и задачи транспортной логистики. Выбор вида транспортного средства. Транспортные тарифы и правила их применения. О некоторых способах включения транспортных расходов в цену продукции.

Распределительная логистика. Сущность и значение распределения в логистике. Основные формы организации распределительной логистики. Потребление материального потока в логистике. Логистические каналы и логистические цепи. Размещение распределительных центров на логистическом полигоне.

Раздел 3. Организация службы логистики.

3.1. Основные направления деятельности служб логистики. Структура организации. Управление службой логистики на предприятии.

3.2. Логистические информационные системы. Использование технологии автоматизированной идентификации штриховых кодов. Информационные технологии в логистике. Принципы построения логистических информационных систем. Виды логистических информационных систем.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	
	Знать:				
1	– теоретические основы логистики и управления цепями поставок, термины и определения;	+	+	+	
2	– основные функции и операции в ключевых областях логистики: снабжении, производстве, распределении;	+		+	
3	– цели, задачи, тенденции развития логистики;		+		
4	– принципы формирования интегрированных многоуровневых цепей поставок;		+	+	
5	– модели и методы, используемые в логистике, их классификацию.	+	+	+	
	Уметь:				
6	– анализировать реальные цепи поставок;	+	+	+	
7	– рассчитывать основные параметры цепей поставок;		+	+	
8	– оптимизировать издержки в цепях поставок различной конфигурации;	+	+	+	
9	– моделировать логистические бизнес-процессы в цепях поставок.	+	+	+	
	Владеть:				
10	– понятийным аппаратом и терминологией логистики и управления цепями поставок;	+	+		
11	– методами принятия решений при управлении цепями поставок;		+	+	
12	– навыками устранения «узких мест» в цепях поставок, оптимизации цепей поставок в целях снижения издержек и повышения эффективности функционирования логистических систем.		+		
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :					
	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК			
13	– ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем;	– ОПК-2.1. Знает инструменты поиска данных, необходимых для решения управленческих задач	+	+	+
		– ОПК-2.3. Владеет способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы, возникающие в ходе своей профессиональной деятельности	+	+	+

14	– ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия;	– ОПК-3.1. Знает основные методы управленческих решений и их специфические особенности	+	+	+
		– ОПК-3.2. Умеет формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижения	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
15	– ПК-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности	– ПК-2.1. Знает методы экономических исследований эффективности работ	+	+	+
		– ПК-2.3. Владеет современными инструментами управления проектами и процессами		+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Сравнительная характеристика классического и системного подходов к организации управления материальными потоками.	2
2	1	Эффективность применения логистического подхода к управлению материальными потоками на производственном предприятии.	2
3	1	Материальные потоки и логистические системы	2
4	2	Средства и методы логистики	2
5	2	Функциональные области логистики	4
6	3	Транспортная логистика	2
7	3	Информационная логистика	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Сравнительная характеристика классического и системного подходов к организации управления материальными потоками.	1
2	1	Эффективность применения логистического подхода к управлению материальными потоками на производственном предприятии.	1
3	1	Материальные потоки и логистические системы	1
4	2	Средства и методы логистики	1
5	2	Функциональные области логистики	2
6	3	Транспортная логистика	1
7	3	Информационная логистика	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;

– подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 60 баллов), практических работ (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 20 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 1.1.

1. Основные периоды развития логистики.
2. Факторы, повлиявшие на изменение понимания роли логистики на предприятии. Деятельность международных организаций в области логистики.
3. Основные подходы к определению логистики и управления цепями поставок.
4. Сущность логистического подхода к решению задач бизнеса.
5. Проблема экономического компромисса в логистике.
6. Концепция общих (тотальных) затрат.
7. Тенденции и проблемы развития логистики в России.
8. Современное понимание влияния логистики на эффективность бизнеса компании.
9. Объект и предмет логистики для коммерческой компании.
10. Материальные потоки: трансформация, параметры, классификация.
11. Потоки услуги и информации.
12. Понятие логистической системы.
13. Классификация логистических систем.
14. Объектная декомпозиция логистических систем.
15. Подсистема, звено, элемент ЛС.
16. Логистическая сеть.
17. Логистическая цепь.
18. Свойства логистической системы.
19. Процессная декомпозиция логистических систем.
20. Логистический бизнес-процесс.
21. Логистическая функция и операция.

Вопрос 1.2.

1. Функциональные области логистики.
2. Постановка задачи оптимизации ресурсов в логистике.

3. Логика построения логистической системы компании.
4. Логистическая миссия и стратегия.
5. Разработка стратегического плана логистики.
6. Виды логистических стратегий.
7. Решения «делать или покупать».
8. Решения по типу организации материального потока: вытягивание и выталкивание.
9. Задачи согласования логистической и маркетинговой стратегий.
10. Типы организационных структур управления логистикой.
11. Управление функциональным логистическим циклом
12. Понятие полного логистического цикла.
13. Задача согласования потребностей в рамках полного логистического цикла.
14. Особенности функциональных циклов снабжения, распределения и поддержки производства.
15. Составляющие цикла исполнения заказа клиента. влияющие на скорость и качество исполнения заказа.
16. Управление информацией и управление заказами клиентов.
17. Построение системы управления заказами на предприятии.
18. Предметы закупок и особенности организации процесса снабжения.
19. Соотношение аспектов деятельности по снабжению.
20. Основные критерии оценки работы поставщиков.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 2.1.

1. Особенности координации логистической деятельности в области поддержки производства
2. Определение и цели производственной логистики.
3. Основные производственно-логистические функции и операции.
4. Роль и задачи логистики в рамках поддержки производственного цикла.
5. Применение логики MRP для планирования движения материального потока. Взаимодействие производственных концепций и основных целей логистики.
6. Особенности координации логистической деятельности в области распределения
7. Место логистики распределения в логистической системе.
8. Особенности функционала логистики распределения в структуре управления отделом логистики.
9. Типичные проблемы логистики распределения.
10. Основные цель, задачи и ценности распределения товаров.
11. Системы, обеспечивающие функционирование сети распределения. Функции логистики распределения.
12. Межфункциональная координация в логистике распределения. Общая структура сети распределения.
13. Основы логистики складирования
14. Основные составляющие логистической инфраструктуры.
15. Склад: значение в логистике, цели создания и функционирования, его основные функции и задачи.
16. Место складов в цепях поставок.
17. Факторы, определяющие характеристики склада, а также задающие структуру складской сети.

18. Отличительные особенности современного склада.
19. Основные проблемы логистики распределения, присущие различным уровням принятия решений.
20. Примеры задач оптимизации в логистике складирования: выбор стратегии складирования, выбор местоположения и формы снабжения складской сети; определение составляющих системы складирования; логика управления логистическим процессом на складе (представление процесса, функции компании, вовлеченные в этот процесс); особенности планирования логистического процесса на складе.

Вопрос 2.2.

1. Транспортировка в цепях поставок
2. Особенности транспорта как вида экономической деятельности.
3. Роль транспортировки в цепях поставок.
4. Эффект масштаба и его реализация на транспорте.
5. Классификация грузов, объемные весовые грузы, понятия отправки и партии.
6. Интермодальные перевозки в цепях поставок. Влияние контейнеризации на мировую торговлю.
7. Основные типы контейнеров.
8. Основные характеристики транспортных средств.
9. Принципы выбора транспортных средств.
10. Характеристики отдельных видов транспорта в поставок.
11. Транспортные услуги в цепях поставок.
12. Основные транспортные документы, используемые в цепях поставок.
13. Условия ИНКОТЕРМС и их применение.
14. Контроллинг логистической деятельности
15. Цикл контроллинга.
16. Особенности и состояние логистического контроллинга в России.
17. Барьеры внедрения.
18. Значение логистического контроллинга в общей системе управленческого учета и
19. планирования.
20. Модель зрелости контроллинга.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 3.1.

1. Информационная поддержка решений в области логистики
2. Сложная система, как объект моделирования. Метод имитационного моделирования и его особенности.
3. Возможности, области применения имитационного моделирования в логистике.
4. Процессно-ориентированные дискретные имитационные модели: системы массового обслуживания, базовые объекты в процессных моделях – заявки, серверы, очереди. События и модельное время.
5. Сбор и анализ статистической информации по результатам имитационного эксперимента с дискретными моделями.
6. Приложения процессного имитационного моделирования в логистике.
7. Анализ и оптимизация бизнес-процессов с использованием имитационных моделей.
8. Имитационное моделирование в логистике производства. Цифровое производство.

9. Комплексный подход к управлению запасами и материальными потоками на предприятии с использованием инструментов имитационного моделирования.
10. Проектирование и инжиниринг складских систем с применением технологий имитационного моделирования.
11. Системное моделирование цепей поставок.
12. Комплексный подход к постановке и решению задачи проектирования и анализа функционирования цепей поставок.
13. Дж. Форрестер и его фундаментальная работа «Индустриальная динамика» .
14. Структура, базовые потоки динамической модели предприятия.
15. Пример производственно-сбытовой системы:
16. Реакция и анализ устойчивости производственно-сбытовой системы.
17. Основы дискретного моделирования в пакете Anylogic: моделирование процессов обслуживания; оценка ключевых показателей эффективности процесса с помощью имитационной модели; виды модельного эксперимента: что если, варьирование параметров, оптимизация.
18. Информационное обеспечение логистической деятельности предприятий сетевой
19. Логистические бизнес-процессы сетевого торгового предприятия.
20. Факторы формирования конкурентных преимуществ компаний.

Вопрос 3.2.

1. Модели управления логистикой компании.
2. Построение оптимальной организационной структуры управления логистикой сетевого оператора.
3. Бизнес-процессы управления ассортиментом компании.
4. Бизнес-процессы закупочной деятельности сетевой компании.
5. Бизнес-процессы пополнения запасов сетевого оператора.
6. Логистические аспекты бизнес-процесса продаж.
7. Информационная поддержка моделей управления логистикой сетевой торговой компании.
8. Архитектура информационной системы управления логистикой компании.
9. Информационная поддержка управления логистическими бизнес-процессами сетевого предприятия.
10. Централизованная и распределенная архитектура информационной системы.
11. Функции информационной системы управления логистикой сетевой компаний. Платформа информационной системы.
12. Функции информационной системы управления логистикой сетевого оператора.
13. Управление ассортиментными матрицами в сетевой компании. Информационная поддержка управления категориями.
14. Иерархия показателей контроллинга во взаимосвязи с объектами и субъектами логистических процессов.
15. Этапы разработки системы логистического контроллинга.
16. Эволюция подходов к формированию систем контроллинга.
17. Факторные модели оценки эффективности.
18. Место показателей эффективности логистики в системе сбалансированных показателей. Особенности проектирования и инструменты построения системы сбалансированных показателей для функционала логистики.
19. Формализация логистической стратегии.
20. Проблемы расстановки приоритетов между стратегическими задачами логистики.

21. Структура, характеристика, особенности учета и интерпретации основных категорий показателей эффективности логистики: надежность, отклик, гибкость, издержки, активы. Формирование системы сбора данных и участников процедур логистического контроллинга.

22. Мотивация персонала по логистике на основе показателей эффективности: этапы разработки, особенности, проблемы, факторы.

Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (4 семестр – зачет (очная форма), 5 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Логистика и управление цепями поставок : учебник для вузов / В. В. Щербаков [и др.] ; под редакцией В. В. Щербакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11711-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488695>

2. Логистика : учебник для вузов / В. В. Щербаков [и др.] ; под редакцией В. В. Щербакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 387 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00912-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491417>

Б. Дополнительная литература

1. Лукинский, В. С. Логистика и управление цепями поставок : учебник и практикум для вузов / В. С. Лукинский, В. В. Лукинский, Н. Г. Плетнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 359 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00208-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489090>

2. Неруш, Ю. М. Логистика : учебник для вузов / Ю. М. Неруш, А. Ю. Неруш. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 454 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12457-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489248>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. ISSN: 2312-5330.
- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736.

- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627.
- Журнал «Проблемы современной экономики». <http://www.m-economy.ru/>
- Журнал «Корпоративные финансы» ISSN: 2073-0438.
- Журнал «Инновации и инвестиции» ISSN: 2307-180X.
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

– <http://www.economy.gov.ru/minec/main> Министерство экономического развития Российской Федерации:

- www.cbr.ru Сайт Центрального Банка РФ:
- <http://www.rbc.ru/> РосБизнесКонсалтинг:
- <http://www.imf.org/external/russian/> Сайт Международного валютного фонда:
- <http://www.gks.ru/> Сайт Федеральной службы государственной статистики:
- <http://www.banki.ru/> Крупнейший финансовый портал Рунета:
- <http://www.finam.ru/> Сайт инвестиционной компании «Финам»:
- <http://moex.com/> Сайт Московской биржи:
- <https://muctr.ru> Сайт РХТУ им. Д.И. Менделеева.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 148);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 200);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Логистика*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Концептуальные и методологические основы логистики	<i>Знает:</i> – теоретические основы логистики и управления цепями поставок, термины и определения; – основные функции и операции в ключевых областях логистики: снабжении, производстве, распределении; – модели и методы, используемые в логистике, их классификацию. <i>Умеет:</i> – анализировать реальные цепи поставок; – оптимизировать издержки в цепях поставок различной конфигурации; – моделировать логистические бизнес-процессы в цепях поставок. <i>Владеет:</i> – понятийным аппаратом и терминологией логистики и управления цепями поставок.	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 1. Оценка за зачет
Раздел 2. Логистические системы. Функциональные области логистики	<i>Знает:</i> – теоретические основы логистики и управления цепями поставок, термины и определения; – цели, задачи, тенденции развития логистики; – принципы формирования интегрированных многоуровневых цепей поставок; – модели и методы, используемые в логистике, их классификацию. <i>Умеет:</i> – анализировать реальные цепи поставок; – рассчитывать основные параметры цепей поставок; – оптимизировать издержки в цепях поставок различной конфигурации; – моделировать логистические бизнес-процессы в цепях поставок. <i>Владеет:</i> – понятийным аппаратом и терминологией логистики и управления цепями поставок;	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 2. Оценка за зачет

	– методами принятия решений при управлении цепями поставок; – навыками устранения «узких мест» в цепях поставок, оптимизации цепей поставок в целях снижения издержек и повышения эффективности функционирования логистических систем.	
Раздел 3. Организация службы логистики	<i>Знает:</i> – теоретические основы логистики и управления цепями поставок, термины и определения; – основные функции и операции в ключевых областях логистики: снабжении, производстве, распределении; – принципы формирования интегрированных многоуровневых цепей поставок; – модели и методы, используемые в логистике, их классификацию. <i>Умеет:</i> – анализировать реальные цепи поставок; – рассчитывать основные параметры цепей поставок; – оптимизировать издержки в цепях поставок различной конфигурации; – моделировать логистические бизнес-процессы в цепях поставок. <i>Владеет:</i> – методами принятия решений при управлении цепями поставок.	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 3. Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Логистика»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: профессором кафедры менеджмента и маркетинга д.э.н., профессором Гавриленко Н.И., ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.Э. Бойко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Маркетинг**» относится к базовой части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют подготовку в области общей экономической теории.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся фундамента знаний о системе маркетинга на предприятии, в т.ч. о принципах и инструментах маркетинга, нацеленных на укрепление рыночных позиций компании и достижение коммерческих результатов. Особое внимание уделяется изучению теории и практики организации маркетинговой работы предприятий. Данный курс закладывает основы для последующего, более глубокого, изучения отдельных направлений маркетинга, включая стратегический маркетинг, современные инструменты маркетинга, маркетинг персонала, связи с общественностью и др.

Задачи дисциплины:

- приобретение обучающимися теоретических знаний в области маркетинга (изучении основного маркетингового инструментария, используемого на предприятии);
- формирование целостного представления о маркетинговой деятельности организации, службах и управлении маркетингом как взаимосвязи науки и практической деятельности;
- освоение практических приемов и навыков для решения задач повышения результативности деятельности предприятия в условиях рынка
- формирование рыночного мышления у выпускников,
- создание системного представления о планировании маркетинговой деятельности и организации работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных маркетинговых программ и стратегий.
- навыков участия в команде по разработке и реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

Дисциплина «**Маркетинг**» преподается в 3 (очная форма обучения) и 4 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1. Знает основы экономической, организационной и управленческой теории
	ОПК-1.2. Умеет разбираться в особенностях элементов рыночного механизма и их взаимодействия
	ОПК-1.3. Владеет навыками решения профессиональных задач, опираясь на целостное представление об основах экономического развития страны

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.4. Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или
	Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	

Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы)	аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные задачи, функции и цели маркетинговой деятельности, а также основные проблемы и пути их решения, как в стандартных, так и нестандартных ситуациях;
- особенности товарной, ценовой, распределительной, коммуникационной политики предприятия;
- особенности покупательского поведения на промышленном и потребительском рынке.

Уметь:

- выявлять различия требований потребителей товара, проводить сегментацию рынка,
- оценивать рыночную ситуацию и анализировать внешнюю среду маркетинга,
- определять возможности предприятия и формировать комплекс маркетинга,

Владеть:

- навыками по изучению возможностей предприятия для работы на рынке;
- навыками по подготовке, планированию и проведению процессов, процедур, мероприятий для осуществления маркетинговой деятельности на предприятии.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Введение в маркетинг. Рынок и элементы маркетинговой среды.	21	6	3	12
2.	Раздел 2. Сегментация рынка и покупательское поведение.	33	10	5	18
3.	Раздел 3. Продуктовая (товарная) политика рынка. Ценообразование и ценовая политика.	27	8	4	15
4.	Раздел 4. Сбытовая политика и система маркетинговых коммуникаций.	27	8	4	15
	ИТОГО	108	32	16	60
	Экзамен	36			
	ИТОГО	144			

Очно-заочная форма обучения4

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Введение в маркетинг. Рынок и элементы маркетинговой среды.	21	3	1,5	16,5
2.	Раздел 2. Сегментация рынка и покупательское поведение.	33	5	2,5	25,5
3.	Раздел 3. Продуктовая (товарная) политика рынка. Ценообразование и ценовая политика.	27	4	2	21
4.	Раздел 4. Сбытовая политика и система маркетинговых коммуникаций.	27	4	2	21
	ИТОГО	108	16	8	84
	Экзамен	36			
	ИТОГО	144			

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Введение в маркетинг. Рынок и элементы маркетинговой среды.

Понятие и сущность маркетинга. Сущность категорий: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, рынок, сделка. Условия функционирования рынка. Эволюция развития маркетинга, ключевые концепции. Принципы и цели маркетинга. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга. Маркетинговая среда. Понятие маркетинговой среды. Внешняя среда предприятия и ее элементы. Основные факторы макро- и микросреды.

Виды и характеристика состояний спроса. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса. Рынок продавца и рынок покупателя. Классификация и характеристика рынков. Оценка конъюнктуры рынка. Емкость рынка, ее расчет. Конкуренция как фактор маркетинговой среды. Ценовые и неценовые методы конкуренции.

Раздел 2. Сегментация рынка и покупательское поведение.

Покупательское поведение. Изучение потребителей. Потребительский рынок и модель покупательского поведения. Социальные, психологические, культурные и личностные факторы покупательского поведения. Процесс принятия решения о покупке. Этапы жизненного цикла семьи. Мотивационный анализ. Виды потребителей, их характеристика. Покупатели от организаций. Консьюмеризм.

Сегментация рынка: цели и задачи. Виды сегментирования. Принципы сегментирования. Критерии сегментации потребительского рынка и рынка предприятий. Понятие целевого рынка. Массовый, дифференцированный, концентрированный маркетинг. Выбор целевых сегментов. Позиционирование товаров. Пути позиционирования товара на рынке. Методика позиционирования товара.

Раздел 3. Продуктовая (товарная) политика рынка. Ценообразование и ценовая политика.

Место и роль товарной политики в системе маркетинга. Понятие товара. Три уровня рассмотрения товара в маркетинге. Классификация товаров. Понятие товарной марки. Основные решения по использованию товарной марки. Развитие брендов. Упаковка товара. Основные и дополнительные функции. Сервисное обслуживание. Товарный ассортимент. ABC и XYZ анализ. Стратегия и этапы разработки нового товара. Жизненный цикл товара. Стандартизация и сертификация товара. Качество и конкурентоспособность товара. Методики оценки конкурентоспособности товара и фирмы.

Цена и ее роль в комплексе маркетинга. Потребительская ценность и цена. Цели ценовой политики. Влияние рынка на ценообразование. Методы и стратегии ценообразования. Установление цен на новые товары. Демпинг.

Раздел 4. Сбытовая политика и система маркетинговых коммуникаций.

Место и роль политики распределения в системе маркетинга. Понятие канала распределения. Современные тенденции развития каналов распределения. Экономическая роль посредников. Вертикальные и горизонтальные системы сбыта. Факторы выбора торгового посредника. Интенсивное, выборочное и эксклюзивное распределение. Оптовая и розничная торговля.

Средства маркетинговых коммуникаций: реклама, связи с общественностью, личные продажи, методы стимулирования сбыта. Функции продвижения. Реклама, ее виды. Разработка рекламной кампании. Методы исчисления бюджета на продвижение. Оценка эффективности рекламной деятельности. Составляющие личной продажи. Инструментарий стимулирования сбыта. Инструменты маркетинговых коммуникаций в информационную эпоху. Ключевые инструменты интернет-маркетинга для продвижения продукции. Роль социальных сетей в системе маркетинговых коммуникаций

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:				
1	– основные задачи, функции и цели маркетинговой деятельности, а также основные проблемы и пути их решения, как в стандартных, так и нестандартных ситуациях;	+		+	
2	– особенности товарной, ценовой, распределительной, коммуникационной политики предприятия;		+	+	+
3	– особенности покупательского поведения на промышленном и потребительском рынке.		+		
	Уметь:				
4	– выявлять различия требований потребителей товара, проводить сегментацию рынка,		+		
5	– оценивать рыночную ситуацию и анализировать внешнюю среду маркетинга,	+			
6	– определять возможности предприятия и формировать комплекс маркетинга,			+	+
	Владеть:				
7	– навыками по изучению возможностей предприятия для работы на рынке;	+	+		
8	– навыками по подготовке, планированию и проведению процессов, процедур, мероприятий для осуществления маркетинговой деятельности на предприятии.			+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
9	– ПК-5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.4. Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов		+	+
10	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	– ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	+		+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Введение в маркетинг. Рынок и элементы маркетинговой среды.	Разработка концепции идеального товара с опорой на ориентиры социально-этического маркетинга Понятие маркетинговой среды. Внешняя среда предприятия и ее элементы. Основные факторы макро- и микросреды. Анализ внешней среды конкретного предприятия.	3
2	Раздел 2. Сегментация рынка и покупательское поведение.	Анализ кейса ускоренного внедрения товара – новинки на рынок. Разработка комплекса мероприятий для преодоления «пропасти» между «ранними последователями» и «ранним большинством» (модель пропасти Джефри Мура). Проведение сегментирования выбранного обучающимися рынка по предложенной методике. Выбор целевых сегментов и способа их охвата, разработка схемы позиционирования товара.	5
3	Раздел 3. Продуктовая политика (товарная) рынка. Ценообразование и ценовая политика.	Маркетинговая оценка конкурентоспособности фирмы (количественные и качественные методы: «ABC» - анализ, «XYZ» - анализ, SWOT – анализ, матрица БКГ)	4
4	Раздел 4. Сбытовая политика и система маркетинговых коммуникаций.	Анализ политики распределения выбранного предприятия: определение длины цепи товародвижения, стратегии распределения, схемы организации распределения. Анализ комплекса коммуникаций с целью выявления «посыла» сообщений и категории потребителей в зависимости от состояния покупательской готовности; классификация рассмотренных коммуникаций по видам.	4

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Введение в маркетинг. Рынок и элементы маркетинговой среды.	Разработка концепции идеального товара с опорой на ориентиры социально-этического маркетинга Понятие маркетинговой среды. Внешняя среда предприятия и ее элементы. Основные факторы макро- и микросреды. Анализ внешней среды конкретного предприятия.	1,5

2	Раздел 2. Сегментация рынка и покупательское поведение.	Анализ кейса ускоренного внедрения товара – новинки на рынок. Разработка комплекса мероприятий для преодоления «пропасти» между «ранними последователями» и «ранним большинством» (модель пропасти Джеффри Мура). Проведение сегментирования выбранного обучающимся рынка по предложенной методике. Выбор целевых сегментов и способа их охвата, разработка схемы позиционирования товара.	2,5
3	Раздел 3. Продуктовая (товарная) политика рынка. Ценообразование и ценовая политика.	Маркетинговая оценка конкурентоспособности фирмы (количественные и качественные методы: «ABC» - анализ, «XYZ» - анализ, SWOT – анализ, матрица БКГ)	2
4	Раздел 4. Сбытовая политика и система маркетинговых коммуникаций.	Анализ политики распределения выбранного предприятия: определение длины цепи товародвижения, стратегии распределения, схемы организации распределения. Анализ комплекса коммуникаций с целью выявления «посыла» сообщений и категории потребителей в зависимости от состояния покупательской готовности; классификация рассмотренных коммуникаций по видам.	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Для текущего контроля предусмотрена 5 практических работ и 1 реферативно-аналитическая работа в форме доклада. Максимальная оценка все практические работы составляет по 10 б. Максимальная оценка за доклад составляет оценивается в 10 баллов.

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

В рамках освоения дисциплины «Маркетинг» предусмотрено выполнение докладов по следующим темам:

1. История развития маркетинга.
2. Обзор структуры и методологии маркетингового исследования (на примере исследования KPMG, Deloitte, IDC, Nielsen).
3. Современные концепции маркетинга (с акцентом на социально-этический маркетинг).
4. Современные инструменты цифрового маркетинга (SMM и его друзья: парсинг, таргетинг; контекстная реклама, Google Ads, Яндекс-метрика; поисковая оптимизация - SEO; аудио и видео-реклама (реклама в подкастах, онлайн-радио и др.)
5. Обзор основных социальных площадок для проведения рекламной кампании в Интернете
6. Психографическая сегментация. Модели VALS и VALS2, iVALS.
7. Как и с какой целью разрабатываются карты восприятия. Методология построения карт восприятия.
8. Модели брендинга: европейско-американская, японская.
9. Дома брендов. Мастер-бренды, суббренды.
10. Российские бренды, которые «провалились» на рынке.
11. Роль и значение фирменного стиля в деятельности организации. Элементы фирменного стиля. Имидж фирм и деловая репутация.
12. Марочный капитал известных компаний.
13. Особенности сетевого маркетинга. Процесс осуществления сетевого маркетинга.
14. Поведенческие эффекты в экономике (можно разбить на несколько докладов, если согласуете с другими выступающими, кто про какие эффекты будет рассказывать, Каннеман в помощь).
15. Маркетинг 3.0.
16. Роль и функции маркетинга в цепи создания стоимости («Value chain»).
17. Бенчмаркинг как инструмент анализа внешней среды в маркетинге.
18. Отрасли, в которых маркетинг в РФ идёт «семимильными шагами».
19. «Big data» и обезличенные агрегированные данные для принятия маркетинговых решений.
20. Ценообразование «голубого океана».

Максимальная оценка за доклад – 10 баллов.

8.2. Примеры вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Раздел 1. Введение в маркетинг. Рынок и элементы маркетинговой среды.

Вопросы и задания для подготовки к практическим занятиям

1. Сущность понятия "рынок". Механизм функционирования рынка.
2. Товарное предложение и источники его формирования.
3. Чем отличается "нужда" от "потребности"?

4. Почему производитель должен изучать структуру человеческих потребностей?
5. Характерные черты "рынка продавца" и "рынка покупателя"?
6. Типы маркетинга в зависимости от ситуаций, складывающихся на рынке.
7. Назовите и охарактеризуйте основных участников микро- и макросреды.
8. Способы анализа внешней среды.
9. Перечислите факторы, необходимые для изучения в рамках PEST-анализа.
10. Каковы основные факторы макросреды, раскройте их возможное влияние на исследуемую отрасль и конкретную компанию?

Раздел 2. Сегментация рынка и покупательское поведение.

1. Психологический подход к формированию модели покупательского поведения.
2. Понятие о сегментировании рынка и его принципах.
3. В чем особенность сегментации рынка, по каким признакам проводится сегментация на потребительском рынке и рынке организаций, какие переменные присущи каждому признаку сегментации?
4. Географические, демографические («геодемографические»), поведенческие, психографические, социально-экономические методы сегментирования
5. Критерии сегментирования в рамках каждого метода
6. Психографическое сегментирование. Модели VALS, VALS 2, iVALS
7. Маркетинговые стратегии для отдельных сегментов рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг. Приведите примеры
8. Понятие целевого рынка. Методы выбора целевого рынка
9. «Матрица вовлеченности Фула — Коуна — Белдинга (FCB)»
10. Модель «пропасти» Джеффри Мура между «ранними последователями» и «ранним большинством»

Раздел 3. Продуктовая (товарная) политика рынка. Ценообразование и ценовая политика.

1. Чем, по вашему мнению, понятие «продукт» отличается от понятия «товар»?
2. Что понимается под «ядром» продукта?
3. В чем заключаются особенности услуги?
4. Как можно добиться лояльности потребителя в сфере услуг?
5. Перечислите фазы жизненного цикла продукта (ЖЦП).
6. Что свидетельствует о начале фазы спада продукта?
7. Что обеспечивает инновационный подход для деятельности компании?
8. В чем заключаются плюсы и минусы для фирмы при производстве полной ассортиментной линейки продукции?
9. Перечислите шаги по разработке нового продукта.
10. Опишите процедуру измерения чувствительности покупателей к изменению цены по методике PSM.
11. Сравните достоинства и недостатки трех традиционных моделей ценообразования.
12. В чем заключается смысл затратного ценообразования? Приведите методики определения базовой цены на его основе.
13. Особенности маркетинга на разных стадиях жизненного цикла товара: на стадии внедрения товара на рынок; на стадии роста; зрелости; спада. Приведите примеры. Задачи маркетинга в связи с различными этапами ЖЦТ.
14. Маркетинговый подход к созданию нового товара.

15. Маркетинговая оценка конкурентоспособности фирмы (количественные и качественные методы: «ABC» - анализ, «XYZ» - анализ, SWOT – анализ, матрица БКГ)

Раздел 4. Сбытовая политика и система маркетинговых коммуникаций.

1. Чем отличаются понятия первичного и текущего спроса, а также рыночного потенциала?

2. Как рассчитывается потенциальный объем рынка? Какие единицы измерения при этом применяются?

3. Какие методы прогнозирования объема продажи товара вы знаете? Объясните, когда целесообразно пользоваться каждым из названных методов?

4. Какие недостатки и области применения у каждого метода прогнозирования вы можете назвать?

5. Для какого из методов применяется проверка достоверности рассчитанного прогнозного значения объема спроса? Каким образом она осуществляется?

6. Понятие каналов распределения. Структура каналов распределения.

7. Почему рекомендовано использовать по возможности несколько методов прогнозирования спроса? Какие сочетания методов, на ваш взгляд, применимы, в каких ситуациях?

8. Какие методы прогнозирования можно использовать в отношении новых товаров фирмы?

9. Выбор перспективных конкурентных преимуществ. Конъюнктура рынка.

10. Понятие каналов распределения. Структура каналов распределения.

11. Управление каналами распределения. Посредники при распределении.

12. Как может быть организован экономически канал сбыта?

13. Как на развитие маркетинга повлияли новые информационные технологии?

14. В чем заключается новый формат коммуникаций в социальных медиа?

15. В структуре расходов на различные виды интернет-рекламы все время меняются лидеры. Проанализируйте данный аспект и постарайтесь сформулировать, с чем связаны эти изменения.

В течение семестра выполняется 1 практическое задание и одна курсовая работа.

Примерная тематика практических заданий:

Практическое задание №1. Максимальная оценка 10 баллов.

Маркетинговая среда фирмы – совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами фирмы и влияющих на возможности руководства службой маркетинга устанавливать и поддерживать отношения с целевыми клиентами для успешного сотрудничества.

Маркетинговая среда складывается из *микросреды* и *макросреды*. Микросреда представлена силами, имеющими непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры, т. е. поставщиками, маркетинговыми посредниками, клиентами, конкурентами и контактными аудиториями (см. рис 1).



Рис. 1. Основные факторы микросреды функционирования фирмы

Для детального ознакомления с факторами **микросреды** изучите раздел «Основные факторы микросреды функционирования фирмы» (стр. 95-105 в учебнике: Основы маркетинга / Ф. Котлер — Издательский дом «Вильямс», 2007. 604 с). Макросреда представлена силами более широкого социального плана, которые оказывают влияние на микросреду, такими, как факторы демографического, экономического, природного, технического, политического и культурного характера.

Задание: рассмотрите любое хорошо знакомое вам предприятие — то, в котором вы работаете или проходили практику (или за деятельностью которого вы внимательно следите в социальных сетях).

1. Дайте его общую характеристику: название, примерную численность работников, основные виды деятельности, и др. информацию (применяемые технологии, используемое сырье и материалы); кратко опишите сам продукт, услугу, их отличительные особенности (не более 2 страниц текста стандартного форматирования), если в них имеется определенная специфика. Рекомендуется пользоваться материалами с официального сайта организации.

2. Определите для предприятия: поставщиков, клиентов, конкурентов, маркетинговых посредников, контактные аудитории. В каждой категории участников микросреды выбранного вами предприятия приведите несколько примеров (с опорой на рис. 1). Опишите характер отношений выбранной вами фирмы с различными организациями.

Практическое задание №2. Максимальная оценка 10 баллов.

Покупательское поведение по отношению к товару-новинке имеет ряд особенностей (под **новинкой** мы имеем в виду товар, услугу или идею, которые **часть потенциальных клиентов воспринимают как нечто новое**).

Во-первых, сам процесс восприятия новинки проходит через пять этапов.

1. Осведомленность. Потребитель узнает о новинке, но не имеет о ней достаточной информации.

2. Интерес. Потребитель стимулирован на поиски информации о новинке.

3. Оценка. Потребитель решает, имеет ли смысл опробовать новинку.

4. Проба. Потребитель опробует новинку в небольших масштабах, чтобы составить более полное представление о ее ценности.

5. Восприятие.

Во-вторых, для ускорения восприятия товара-новинки, необходимо преодолеть «пропасть» между «ранними последователями» и «ранним большинством» (модель пропасти Джеффри Мура).

Поэтому для эффективного восприятия новинки рынком производители стремятся обеспечить товару/услуге/идею 5 ключевых характеристик:

Сравнительное преимущество, т. е. степень ее кажущегося превосходства над существующими товарами. Чем выше воспринимаемые преимущества использования товара/услуги, тем скорее они будут восприняты.

Совместимость, т. е. степень соответствия принятым потребительским ценностям и опыту потребителей.

Сложность, т. е. степень относительной трудности понимания сути новинки и её использования.

Делимость процесса знакомства с ней, т. е. возможность опробования ее в ограниченных масштабах. Если у людей есть возможность «попробовать» новинку перед покупкой, темпы восприятия возрастут.

Коммуникационная наглядность, т. е. степень наглядности или возможности описания другим результатов ее использования (то, насколько хорошо потребитель сможет описать своим друзьям/знакомым/коллегам положительный опыт использования новинки).

Задание. Выберите товар/услугу, который является новинкой в настоящее время, или являлся новинкой некоторое время назад и опишите, как производитель обеспечивал своему товару 5 указанных характеристик. Объясните, как эти характеристики соотносятся с пятью этапами процесса восприятия новинки потребителем.

Практическое задание №3. Максимальная оценка 10 баллов.

Вы познакомились с различными методами сегментирования потребителей: географическим, демографическим («геодемографическим»), поведенческим, психографическим, социально-экономическим. В таблице 1. приведен список критериев, используемых для сегментирования при использовании указанных методов.

Таблица 1. Методы и критерии сегментирования

Демографическое сегментирование	Географическое сегментирование	Поведенческое сегментирование	Психографическое сегментирование	Социально-экономическое сегментирование
Иногда т.н. «геодемографические»				
Возраст	Страна	Уровень знания продукта	Эмоции	Статус в отношении занятости
Пол	Регион	Отношение к продукту	Убеждения	Занимаемая позиция и отрасль
Размер семьи	Административное деление (республики, края, области, районы, города, поселки, округа)	Характер использования продукта	Мировоззрение (отношение к жизненным ценностям)	Доход
Этап жизненного цикла семьи	Численность населения (для городов)	Повод для совершения покупки	Социальные классы (слои)	Располагаемое жилье и его характеристики
Уровень доходов	Плотность населения	Степень готовности купить продукт	Стиль жизни	Наличие автомобиля/их количество в семье
Роль занятий	Климат	Степень случайности покупки	Личные качества	
Уровень образования		Частота совершения покупки и частота потребления продукта	Мотивы	
Национальность			Оцениваемые выгоды	
Религия, раса				

На рисунке 2. приведен классический пример сегментирования потребителей рынка болеутоляющих из учебника: Основы маркетинга / Ф. Котлер — Издательский дом «Вильямс», 2007. 604 с.

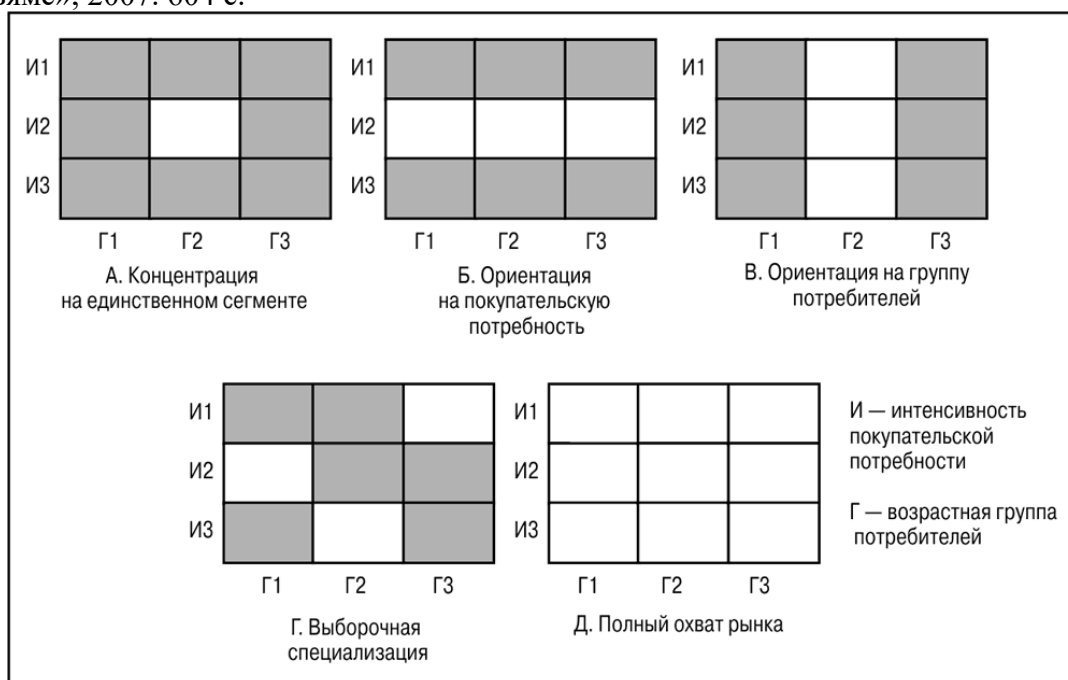
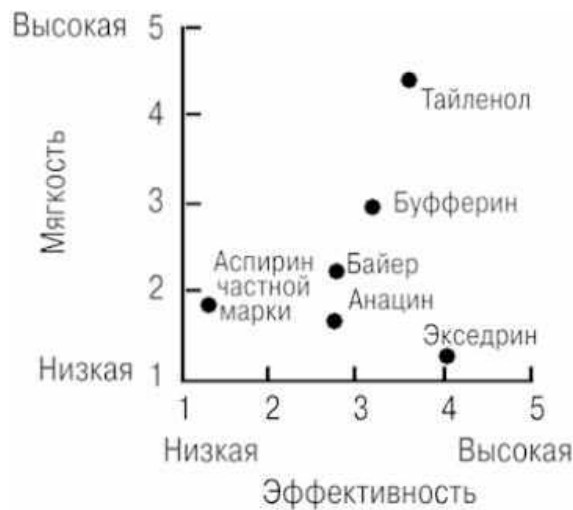


Рис. 2. Пример сегментирования потребителей рынка болеутоляющих и способы охвата сегментов данного рынка

Автор предположил, что потребителей рынка болеутоляющих средств можно подразделить на три участка по интенсивности покупательской потребности (И1 – быстрое облегчение, И2 – долговременное облегчение, И3 – постепенное облегчение, т.е., используя поведенческое сегментирование по критерию: характер использования продукта), и на три группы по признаку возраста потребителей (Г1– молодежь, Г2 – люди среднего возраста, Г3 – пожилые люди, т.е., демографическое сегментирование, по возрастным группам потребителей).

Таким образом были выделены девять возможных сегментов рынка. На рисунке 2 также представлены способы охвата сегментов указанного рынка: концентрация на единственном сегменте, ориентация на покупательскую потребность, ориентация на группу потребителей, выборочная специализация, полный охват рынка.

Предположим, что был выбран сегмент «активных потребителей пожилого возраста». Далее маркетологами фирмы была представлена схема позиционирования товаров на данном рынке, она приведена на рисунке 3. На ней отражены всего два свойства: **мягкость и эффективность** действия. Они были выбраны на том основании, что, по мнению потребителей, являются самыми важными (позиции марок соответствуют скорее восприятию их потребителями, а не их действительным свойствам).



А. Схема
позиционирования товара

Рис. 3. Схема позиционирования товара

Таким образом, рынок болеутоляющих средств был сегментирован; был выбран способ охвата сегментов, и составлена схема позиционирования.

Задание: выбрать знакомый вам существующий рынок, или рынок товаров/услуг, которыми вы пользуетесь.

1. Показать возможности сегментирования этого рынка двумя способами с опорой на методы и критерии сегментирования из таблицы 1.

2. Представить эти два метода сегментирования графически, и для каждого из них показать выбранную стратегию охвата, как на рисунке 3. Обосновать свой выбор.

3. Показать схемы позиционирования для каждого из выбранных сегментов рынка, подобрав два ключевых свойства, наиболее важных для потребителей этого рынка (избегать сочетания свойств «цена-качество»). При разработке схемы позиционирования можно учитывать тип товара по степени эмоциональной вовлеченности «Матрица вовлеченности Фута — Коуна — Белдинга (FCB)»

4. Вы можете примерно представлять названия торговых марок на рынке, как на рис.3, если же вы не владеете обширной информацией о ключевых игроках рынка, можете поступить как Стив Джобс на презентации «iPhone» в 2007, представив лишь несколько основных наименований (см. рис. 4).

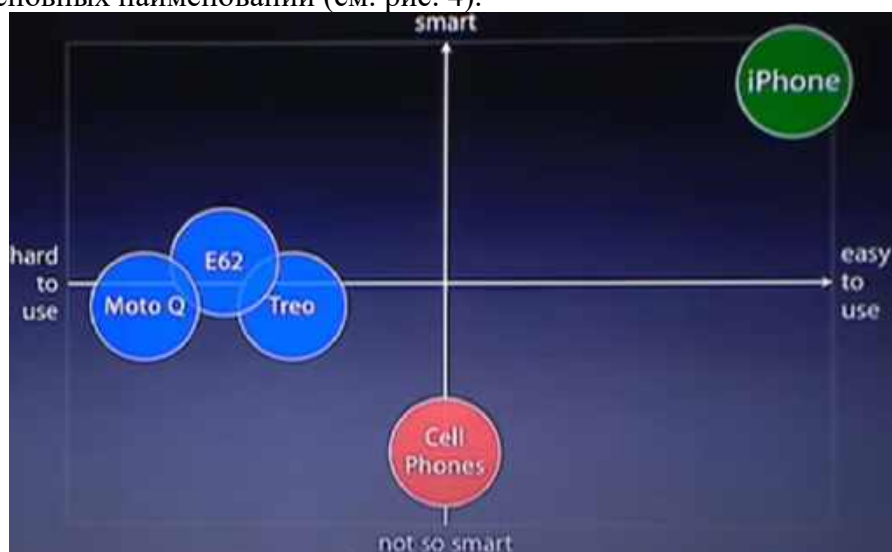


Рис. 4. Схема позиционирования «iPhone» на презентации в 2007 г от Стива Джобса.

Практическое задание №4. Максимальная оценка 10 баллов.

Осуществить ABC и XYZ анализ для набора данных о продажах торгового ассортимента из 50 позиций за 4 квартала (см. табл. 2.)

Таблица 2. Данные о продажах торгового ассортимента из 50 позиций за 4 квартала для проведения ABC- и XYZ-анализа.

№ позиции	Среднегодовой запас по позиции, тыс. руб.	Реализация			
		I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
1	2280	690	590	610	670
2	720	180	200	130	120
3	3550	400	500	1300	690
4	850	200	170	190	190
5	90	50	20	0	40
6	1580	410	520	540	430
7	220	50	40	50	70
8	16750	4300	4400	4500	4200
9	310	110	50	60	40
10	5280	1060	1010	1030	960
11	8750	2280	2210	2180	2240
12	1950	530	520	550	560
13	930	280	240	270	250
14	480	80	70	110	60
15	400	60	100	80	80
16	290	80	90	60	50
17	190	60	60	30	50
18	130	40	60	20	10
19	770	130	190	100	50
20	80	0	30	50	30
21	250	50	60	50	70
22	800	200	190	200	180
23	30	5	0	40	10
24	170	40	40	60	70
25	3000	660	590	700	800
26	110	50	40	40	30
27	23470	5490	5180	5500	5850
28	40	20	10	0	10
29	280	70	50	30	50
30	960	420	240	320	240
31	20	15	5	10	10
32	70	20	10	70	10
33	370	50	80	40	70
34	13590	3300	2900	3140	3200

35	630	170	90	130	140
36	50	30	15	30	15
37	520	100	90	80	90
38	6050	560	1770	850	2280
39	140	80	20	30	40
40	9870	2700	2600	2500	2350
41	450	60	90	80	90
42	990	300	310	330	320
43	1310	390	300	550	570
44	580	90	100	110	100
45	690	150	130	180	190
46	890	240	150	240	210
47	1700	420	530	580	470
48	60	40	25	25	20
49	7270	1600	1500	2200	1800
50	1170	350	290	340	390

Метод ABC-анализа имеет широкое применение, т.к. с его помощью можно проанализировать практически любую сферу деятельности компании. Какие задачи, помимо анализа ассортимента, можно решить с помощью ABC-XYZ-анализа?

Практическое задание №5. Максимальная оценка 10 баллов.

Рассмотрите любое хорошо знакомое вам предприятие — то, в котором вы работаете или проходили практику (или за деятельностью которого вы внимательно следите в социальных сетях). В случае, если вы не можете определиться с выбором конкретного предприятия, опишите условное (вымышленное, но детально продуманное предприятие).

1. Дайте его общую характеристику: название, примерную численность работников, основные виды деятельности, и др. информацию (применяемые технологии, используемое сырье и материалы); кратко опишите сам продукт, услугу, их отличительные особенности (не более 2 страниц текста стандартного форматирования). Рекомендуется пользоваться материалами с официального сайта организации.

2. Сделайте предположение об основных каналах сбыта выбранной компании: через собственные (фирменные) магазины; торговля в разнос (например, кулинарными изделиями); продажа товаров через Интернет; через «маркетплейсы»; через розничные или оптовые сети; с привлечением дилеров; дистрибьюторов; франчайзинг, и т.п. При наличии информации, опишите способы распределения более подробно.

3. Оцените протяженность каналов распределения в представленных примерах, сгруппируйте каналы их длине.

4. Предположите, использует ли организация традиционную схему распределения; или является частью вертикальной маркетинговой системы (ВМС); или сотрудничает с другими фирмами в рамках горизонтальной маркетинговой системы; или вообще имеет многоканальную маркетинговую систему. Объясните ваш выбор.

5. Какую стратегию распределения использует выбранная вами компания (интенсивное, эксклюзивное (исключительное), или селективное распределение)?

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (3 семестр – экзамен (очная форма), 4 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по четырем разделам рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины «Маркетинг»

1. Понятие маркетинга. Сущность категорий: нужда, потребность, спрос, товар, обмен, рынок, сделка.
2. Рынок продавца и рынок покупателя. Сущность маркетинга как новой функции предприятия по связи с рынком.
3. Цели и задачи маркетинга, функции и принципы.
4. Характеристика окружающей маркетинговой среды фирмы.
5. Концепция маркетинга. Эволюция концепций маркетинга.
6. Концепция социально-этического маркетинга как реализация основных принципов взаимоотношения общества и маркетинга.
7. Маркетинг-микс.
8. Характеристика типов маркетинга, определяемых состоянием спроса.
9. Понятие маркетингового исследования. Цели и объекты исследования.
10. Основные направления исследования рынка: потребители, конкуренты, товары, цена, распределение, стимулирование.
11. Информационное обеспечение исследований в маркетинге. Процедура маркетингового исследования.
12. Кабинетные исследования: сбор, обработка и систематизация вторичной информации. Источники получения вторичной информации.
13. Полевые исследования: сбор, обработка и систематизация первичной информации. Источники получения первичной информации.
14. Оценка конъюнктуры товарного рынка.
15. Способы оценки емкости рынка.
16. Конкуренция как фактор маркетинговой среды. Виды конкуренции.
17. Ценовые и неценовые методы конкуренции.
18. Модель покупательского поведения.
19. Виды потребителей, их характеристика. Покупатели от организаций.
20. Сегментация: сущность, значение, признаки, критерии.
21. Понятие целевого рынка. Методы выбора целевого рынка.
22. Основные факторы сегментирования. Принципы сегментирования. Выбор целевых сегментов.
23. Массовый, дифференцированный, концентрированный маркетинг.
24. Позиционирование товара и фирмы на рынке.
25. Понятие товара. Три уровня товара. Услуга.
26. Классификация товаров. Создание новых, пионерных товаров.
27. Понятие жизненного цикла товара (ЖЦТ). Способы продления ЖЦТ. Задачи маркетинга на разных стадиях жизненного цикла товара.
28. Понятие конкурентоспособности товара.
29. Фирменный стиль.
30. Понятие товарной марки. Основные решения по использованию товарной марки.
31. Характеристика основных мероприятий товарной политики.

32. Ассортимент. Номенклатура. Основные характеристики товарной номенклатуры.
33. Маркетинговый подход к формированию торгового ассортимента.
34. Управление ассортиментной политикой фирмы.
35. Сервис в системе маркетинга.
36. Упаковка как элемент маркетинга.
37. Факторы выбора торгового посредника. Интенсивное, выборочное и эксклюзивное распределение.
38. Цена как фактор формирования спроса. Ценовая политика в маркетинге. Задачи и политика ценообразования. Факторы ценообразования.
39. Характеристика основных ценовых стратегий.
40. Коммуникационная политика маркетинга, её составные элементы.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Экзамен по дисциплине «**Маркетинг**» проводится в 4 семестре (очная форма обучения), 6 семестре (очно-заочная форма обучения) и включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 теоретических вопросов, относящихся к указанным темам.

Пример билета для **экзамена**

«Утверждаю» зав. каф. МиМ (Должность, наименование кафедры) Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2022г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации»
Маркетинг	
Билет № _	
1. Факторы выбора торгового посредника. Интенсивное, выборочное и эксклюзивное распределение.	
2. Роль рекламы в маркетинговой деятельности. Связь рекламы с другими составляющими системы маркетинга и маркетинговых коммуникаций.	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]
2. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 408 с. — (Бакалавр.

Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509104>

Б. Дополнительная литература

1. Гавриленко Н. И. Маркетинг: учебное пособие. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2011. – 139 с.
2. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2903-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425844>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.
- Вестник McKinsey – Россия;
- Маркетинг в России и за рубежом;
- Эксперт;
- Секрет фирмы;
- Forbes

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

1. www.adwertology.ru (сайт посвящен маркетинговым коммуникациям и технологиям рекламы);
2. www.marketing.ru (сайт содержит различные аспекты маркетинговой деятельности в России и за рубежом);
3. www.rectech.ru (сайт включает информацию о рыночной сфере и проведении маркетинговых исследований);
4. www.4p.ru (сайт содержит основные направления в разработке маркетинговых стратегий);
5. www.sostav.ru (сайт содержит информацию о предпочтениях покупателей, проведенных маркетинговых исследованиях и конъюнктуре рынка);
6. <https://www.cossa.ru> (Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде)
7. <https://adindex.ru> Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга».
8. <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора
9. <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
10. www.marketingandresearch.ru (сайт посвящен маркетинговым исследованиям);
11. www.marketing.spb.ru (сайты по практической деятельности в сфере маркетингу);
12. <http://www.marketingpower.com> (Американская ассоциация маркетинга);
13. <http://www.rdsa.ru/> (Ассоциация прямых продаж);
14. <http://www.marketline.com/> (Marketline);
15. <http://www.ecsocman.edu.ru> (федеральный образовательный портал по

экономике, социологии и менеджменту);

16. <https://www.biblio-online.ru> (электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»);

17. <http://elibrary.ru> (научная электронная библиотека eLibrary.ru)

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;
- раздаточные материалы (предоставляется доступ к облачному хранилищу).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Маркетинг*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Введение в маркетинг. Рынок и элементы маркетинговой среды.	<i>Знать:</i> – основные задачи, функции и цели маркетинговой деятельности, а также основные проблемы и пути их решения, как в стандартных, так и нестандартных ситуациях; <i>Уметь:</i> – оценивать рыночную ситуацию и анализировать внешнюю среду маркетинга, <i>Владеть:</i> – навыками по изучению возможностей предприятия для работы на рынке.	Контрольные вопросы по разделу 1. Практическое задание №1. Доклад по выбранной теме.
Раздел 2. Сегментация рынка и покупательское поведение.	<i>Знать:</i> – особенности товарной, ценовой, распределительной, коммуникационной политики предприятия; – особенности покупательского поведения на промышленном и потребительском рынке. <i>Уметь:</i> – выявлять различия требований потребителей товара, проводить сегментацию рынка, <i>Владеть:</i> – навыками по изучению возможностей предприятия для работы на рынке.	Контрольные вопросы по разделу 2. Практическое задание № 2, 3. Доклад по выбранной теме.
Раздел 3. Продуктовая (товарная) политика рынка. Ценообразование и ценовая политика.	<i>Знать:</i> – основные задачи, функции и цели маркетинговой деятельности, а также основные проблемы и пути их решения, как в стандартных, так и нестандартных ситуациях; – особенности товарной, ценовой, распределительной, коммуникационной политики предприятия; <i>Уметь:</i> – определять возможности предприятия и формировать комплекс маркетинга. <i>Владеть:</i>	Контрольные вопросы по разделу 3. Практическое задание №4. Доклад по выбранной теме.

	– навыками по подготовке, планированию и проведению процессов, процедур, мероприятий для осуществления маркетинговой деятельности на предприятии.	
Раздел 4. Сбытовая политика и система маркетинговых коммуникаций.	<i>Знать:</i> – особенности товарной, ценовой, распределительной, коммуникационной политики предприятия; <i>Уметь:</i> – определять возможности предприятия и формировать комплекс маркетинга; <i>Владеть:</i> – навыками по подготовке, планированию и проведению процессов, процедур, мероприятий для осуществления маркетинговой деятельности на предприятии.	Контрольные вопросы по разделу 4. Практическое задание №5. Доклад по выбранной теме. Оценка за экзамен

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Маркетинг в индустрии кино

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: к.э.н., доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

(Наименование кафедры)

«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 – Менеджмент** (ФГОС ВО), с рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой менеджмента РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестров.

Дисциплина **«Маркетинг в индустрии кино»** относится к факультативным дисциплинам учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента и маркетинга.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся общего представления о структуре российского рынка кинопроката и онлайн-платформ, изучение специфики разработки маркетинговых стратегий для продвижения фильма или сериала, а также на собственных проектах научиться осуществлять рекламную поддержку на всех этапах работы с продуктом (от производства фильма до его дистрибуции).

Задачи дисциплины:

- рассмотреть основные методы и каналы продвижения фильмов (digital, офлайн, PR-кампании, фестиваль маркетинг и др.) с учетом жанровой специфики;
- научиться понимать особенности продвижения кинопроектов в России и за рубежом;
- научить разрабатывать креативные идеи и нестандартные методы продвижения фильмов в конкурентной среде;
- рассмотреть механизмы дистрибуции фильмов, значимость сотрудничества с дистрибьюторами, кинотеатрами, стриминговыми платформами и медиа;
- ознакомить студентов с инструментами оценки результатов продвижения фильмов, включая метрики успеха, анализ кассовых сборов, социальных медиа и обратной связи зрителей.

Дисциплина **Маркетинг в индустрии кино** преподается в 6 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6.

структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
Владение современными инструментами комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК-7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры	ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- структуру рынка кинопроката и специфику кинопроизводства в России;
- экономические и юридические аспекты кинобизнеса в России;
- основы контентного маркетинга основные и правила формулировки ключевых сообщений и подготовки креативных материалов (постера и трейлера) в индустрии.

Уметь:

- разрабатывать стратегию продвижения фильма или сериала;
- исследовать аудиторию своего проекта;
- работать со статистикой по просмотрам кино в России;
- уметь планировать бюджет и тайминг рекламной кампании.

Владеть:

- инструментарием по выявлению актуальных трендов на рынке создания контента
- навыками работы с профильной аналитикой и прогнозирование сборов;
- инструментами создания нестандартных рекламных креативов.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,11	40	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8	29,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Структура индустрии кино	7	2	–	–	5
2.	Анализ трендов успешного кино как способ прогнозирования кассовых сборов.	6	2	2	–	2
3.	Экономика и юридические особенности кинопроката.	6	1	2	–	3

4.	Исследования на рынке кино и сериалов.	9	2	2	–	5
5.	Постер и трейлер как главные креативные материалы фильма.	6	2	1	–	3
6.	Локализация зарубежных проектов.	5	2	1	–	2
7.	PR-поддержка фильма или сериала.	5	1	1	–	3
8.	Рекламная поддержка фильма (сериала).	8	2	1	–	5
9.	Нестандартные креативы и специальные мероприятия.	6	2	2	–	2
10.	Работа над маркетинговой стратегии фильма.	14	–	4	–	10
	ИТОГО	72	16	16	–	40

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Структура индустрии кино в современной России

Введение. Место и роль кино в жизни современного человека. Краткая история кинематографа. Структура кинопроизводства (подготовительный процесс, съемочное производство и постпродакшн). Работа над итоговым проектом по продвижению фильма.

1.1. Структура индустрии кино. Актуальная аналитика. Основные участники рынка. Мейджеры и независимые кинопрокатчики. Роль государства в развитии рынка. Современное состояние рынка онлайн-платформ. Международные кинорынки. Дистрибуционная компания. Понятия датирование, букинг и эстимейты.

1.2. Анализ трендов успешного кино как способ прогнозирования кассовых сборов. Наличие первоисточника. Влияние индустрии звезд на успех фильма. Жанровые предпочтения зрителя, масштабность и запоминающийся герой. Влияет ли бюджет фильма на его кассовый успех?

1.3 Экономика и юридические особенности кинопроката. Окупаемость проекта и затраты на маркетинг. Авторское право и юридические требования к промоматериалам. Прокатное удостоверение. Пушкинская карта.

Раздел 2. Специфические особенности маркетинга в индустрии кино

2.1. Исследования на рынке кино и сериалов. Исследования целевой аудитории. Обзор исследовательских компаний в России и мире. Работа с ЕАИС. Современный кинозритель и демографический фактор. Качественные и количественные исследования зрителей.

2.2. Постер и трейлер как главные креативные материалы фильма. Постер: цели и задачи. Особенности форматов. Этапы создания постера. Разбор лучших кейсов. Работа с трейлерами. Структура трейлера. Музыкальное решение для трейлера. Разбор лучших кейсов.

2.3. Локализация зарубежных проектов. Нейминг и адаптация креативных материалов. Разбор кейсов.

2.4. PR-поддержка фильма или сериала. Основные каналы коммуникации со зрителем. Информационные партнеры проекта. Работа с Дзен, подкастами, гляцем и социальными сетями. Разбор кейсов.

Раздел 3. Разработка маркетинговой стратегии проекта

3.1. Рекламная поддержка фильма (сериала). Интернет-продвижение. Выбор каналов, этапы продвижения и ключевые показатели эффективности. Наружная и ТВ-реклама. Реклама в кинотеатрах.

3.2. Нестандартные креативы и специальные мероприятия. Зачем нужны нестандартные креативы? Разбор кейсов и примеров совместных (кросс-промо) маркетинговых кампаний фильмов и партнеров. Пресс-показ, светская премьера, зрительская

премьера и всероссийская премьера фильма. Участие в индустриальных мероприятиях (выставки и фестивали).

3.3. Работа над маркетинговой стратегии фильма. Структура стратегии продвижения. Разбор и консультации по проектам.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8	Тема 9	Тема 10
	Знать:										
1	структуру рынка кинопроката и специфику кинопроизводства в России;	+	+								
2	экономические и юридические аспекты кинобизнеса в России;			+	+						
3	основы контентного маркетинга основные и правила формулировки ключевых сообщений и подготовки креативных материалов (постера и трейлера) в индустрии.					+	+	+	+	+	+
	Уметь:										
4	разрабатывать стратегию продвижения фильма или сериала;	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5	исследовать аудиторию своего проекта;		+		+						+
6	уметь планировать бюджет и тайминг рекламной кампании.			+		+	+	+	+	+	+
	Владеть:										
7	инструментарием по выявлению актуальных трендов на рынке создания контента		+								+
8	навыками работы с профильной аналитикой и прогнозирование сборов;			+	+						+
9	инструментами создания нестандартных рекламных креативов.					+	+	+		+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>											
Код и наименование ПК		Код и наименование индикатора достижения									

10	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
11	ПК-7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры	ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений		+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Структура индустрии кино	–
2	1	Разбор кейсов. Разбор коммерческого потенциала выбранного фильма с помощью трендового анализа	2
3	1	Прогнозирование эстимейтов. Работа с базой Минкульта по прокатным удостоверениям	2
4	2	Исследование аудитории фильма (выбранного на стратегию продвижения).	2
5	2	Разбор трейлеров, которые студенты принесли на практическое занятие.	1
6	2	Разбор кейсов. Игра «Локализованные креативные названия для зарубежных фильмов».	1
7	2	PR-разгон фильма (на выбор)	1
8	3	Продвижение фильма в социальных сетях. Мемы как инструмент поддержки интереса к проекту.	2
9	3	Разбор кейсов. Генерация нестандартных креативов с помощью нейросетей.	2
10	3	Практическая работа над итоговым проектом «Стратегия продвижения фильма». Защита проекта.	4

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторный занятия по дисциплине не предусмотрены

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, РИНЦ, нормативными документами;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- регулярную проработку пройденного на практических занятиях учебного материала;
- подготовку к практическим занятиям.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе, рекомендованных на лекционных и практических занятиях. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из выполнения практических заданий (максимальная оценка 50 баллов) и разработки маркетинговой стратегии продвижения фильма (50 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Реферативно-аналитические работы по дисциплине не предусмотрены.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено выполнение практико-ориентированных заданий.

Анализ маркетинговой кампании фильма

Задание: Выберите успешный или провальный фильм последних лет и подготовьте анализ его маркетинговой кампании: целевая аудитория, каналы продвижения, используемые стратегии, оценка результатов.

Цель: Развить навыки анализа и критического мышления, понять, какие стратегии работают, а какие нет.

Создание тизера или постера фильма

Задание: Разработайте визуальный контент (тизер, постер или концепт обложки) для фильма. Обоснуйте, почему именно такие образы или элементы были выбраны для привлечения аудитории.

Цель: Развить навыки визуального мышления и понимания визуального брендинга.

Работа с кейсом кинофестиваля

Задание: Разработайте стратегию продвижения артхаусного фильма для участия в крупном кинофестивале (например, Каннский фестиваль или Берлинале). Учтите PR, взаимодействие с журналистами и представление фильма на площадках фестиваля.

Цель: Ознакомиться с особенностями продвижения фильмов через фестивали.

Анализ конкурентов

Задание: Выберите два фильма одного жанра, вышедших в одном году, и сравните их стратегии продвижения. Какие элементы оказались успешными? Как конкуренция повлияла на маркетинговые подходы?

Цель: Научить оценивать рынок и учитывать конкурентную среду.

Интервью с целевой аудиторией

Задание: Проведите мини-исследование (опрос или интервью) среди целевой аудитории на тему их предпочтений в фильмах и ожиданий от промо-материалов. Подготовьте краткий отчет.

Цель: Научиться исследовать поведение аудитории.

Создание медиаплана

Задание: Разработайте детальный медиаплан для фильма с учетом ограниченного бюджета. Включите выбор каналов (онлайн и офлайн), график публикаций и примерные затраты.

Цель: Понять, как эффективно распределять ресурсы.

Разработка мемов для поддержания интереса к фильму

Задание:

Создать серию мемов, которые будут привлекать внимание целевой аудитории, поддерживать интерес к фильму и повышать его узнаваемость в социальных сетях.

PR-разгон фильма

Вы выступаете в роли PR-менеджеров нового фильма (жанр и аудитория задаются преподавателем или выбираются студентами). Ваша задача – разработать детальную стратегию PR-разгона, который привлечёт внимание зрителей, повысит их интерес и сформирует положительный образ фильма до и во время его выхода.

Маркетинговая стратегия продвижения фильма

Цель задания:

Создать комплексную маркетинговую стратегию продвижения фильма, учитывающую его особенности, целевую аудиторию, бюджет и современные тренды в киноиндустрии.

Фильм для стратегии предоставляется преподавателем. Структура маркетинговой стратегии прилагается в методических указаниях по дисциплине «Маркетинг в индустрии кино».

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины.

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Гавриленко Н.И., Лопаткин Д.С., Шушунова Т.Н. Основы менеджмента и маркетинга: Учебное пособие. - М.: РХТУ, 2020. – 184 с.

2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 396 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14869-5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/561097>

Б. Дополнительная литература

3. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 474 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13282-3. – Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/535965>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям и практическим занятиям.
- Презентации к лекциям.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Единая автоматизированная информационная система Фонда кино (сайт <https://ekinobilet.fond-kino.ru>)
- Бюллетень кинопрокатчика <https://www.kinometro.ru>
- Кинопоиск <https://www.kinopoisk.ru>
- Международный информационный портал по кассовым сборам (сайт - <https://www.boxofficemojo.com>).
- Журнал The Hollywood reporter (сайт <https://www.hollywoodreporter.com>).
- Информационный ресурс Cinemaplex - <https://cinemaplex.ru>
- Информационный ресурс Кино-театр.ру <https://www.kino-teatr.ru/kino/db/ros/movie/>
- Международный информационный ресурс по фильмам: <https://www.imdb.com>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных практических занятий – 8, (общее число слайдов – 100+);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «Маркетинг в индустрии кино» проводятся в форме практических занятий, а также самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование тем	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Структура индустрии кино в современной России	<i>Знать:</i> структуру рынка кинопроката и специфику кинопроизводства в России; экономические и юридические аспекты кинобизнеса в России; <i>Уметь:</i> разрабатывать стратегию продвижения фильма или сериала; исследовать аудиторию своего проекта; уметь планировать бюджет и тайминг рекламной кампании. <i>Владеть:</i> инструментарием по выявлению актуальных трендов на рынке создания контента; навыками работы с профильной аналитикой и прогнозирование сборов.	Выполнение практических заданий
Раздел 2. Специфические особенности маркетинга в индустрии кино	<i>Знать:</i> экономические и юридические аспекты кинобизнеса в России; основы контентного маркетинга основные и правила формулировки ключевых сообщений и подготовки креативных материалов (постера и трейлера) в индустрии. <i>Уметь:</i> разрабатывать стратегию продвижения фильма или сериала; исследовать аудиторию своего проекта; уметь планировать бюджет и тайминг рекламной кампании. <i>Владеть:</i> навыками работы с профильной аналитикой и прогнозирование сборов; инструментами создания нестандартных рекламных креативов.	Выполнение практических заданий
Раздел 3. Разработка маркетинговой стратегии проекта	<i>Знать:</i> основы контентного маркетинга основные и правила формулировки ключевых сообщений и подготовки креативных материалов (постера и трейлера) в индустрии; <i>Уметь:</i> разрабатывать стратегию продвижения фильма или сериала; исследовать аудиторию своего проекта; уметь планировать бюджет и тайминг	Выполнение практических заданий Защита маркетинговой стратегии

	рекламной кампании. <i>Владеть:</i> инструментарием по выявлению актуальных трендов на рынке создания контента; навыками работы с профильной аналитикой и прогнозирование сборов; инструментами создания нестандартных рекламных креативов.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

–Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

–Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

–Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг в индустрии кино»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в социальных медиа»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Маркетинг в социальных медиа**» относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и маркетинга.

Цель дисциплины – получение обучающимися теоретических и практических знаний по вопросам продвижения в социальных сетях, эффективности и результативности рекламы в социальных медиа; маркетинговых исследований в Интернете, сбора и анализа информации о пользователях социальных сетей.

Задачи дисциплины:

- знать сущность и характеристики глобальной сети Интернет, основы управления веб-сайтом организации;
- разрабатывать программу продвижения организации, ее товаров и услуг в Интернете, в том числе с использованием методов контент-маркетинга и SMM;
- оценивать эффективности маркетинговой деятельности организации в Интернете.

Дисциплина «**Маркетинг в социальных медиа**» преподается в 6 (очная форма обучения) и 8 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			организации или административного регламента организации.

Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.	ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)
Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
Владение современными инструментами	Аналитические центры и консалтинговые	ПК-8. Способен практически использовать	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым

комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- классификацию современных методов продвижения продукции и услуг в Интернете;
- содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы в социальных сетях;
- специальную терминологию систем аналитики;
- ключевые SMM-инструменты;
- возможности баннерной рекламы в социальных сетях.

Уметь:

- анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях;
- определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга;
- определять перспективные средства коммуникаций с целевой аудиторией на основе современных информационных технологий;
- применять различные инструменты SMM.

Владеть:

- навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях;
- навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций;
- навыками работы в социальных сетях.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8	44,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,22	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Аудитория социальных сетей и бизнес-задачи в социальных медиа.	16	2	4	-	10
2.	Раздел 2. Основы Social Media Marketing	34	6	12	-	16
3.	Раздел 3. Работа с контентом для социальных сетей.	28	4	8	-	16
4.	Раздел 4. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга.	30	4	8	-	18
	ИТОГО	108	16	32		60

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Аудитория социальных сетей и бизнес-задачи в социальных медиа.	16	2	2	-	12
2.	Раздел 2. Основы Social Media Marketing	32	2	6	-	24
3.	Раздел 3. Работа с контентом для социальных сетей.	30	2	4	-	24
4.	Раздел 4. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга.	30	2	4	-	24
	ИТОГО	108	8	16		84

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Маркетинг в социальных медиа» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Раздел 1. Аудитория социальных сетей и бизнес-задачи в социальных медиа.

Основные понятия, термины и определения. Цели и задачи дисциплины. Термины и обозначения LiveInternet, Яндекс.Метрика. Ключевые метрики в SMM. Типовые возможности статистических систем. Стандартные сведения и отчеты систем веб-аналитики. Продвижение в «ВКонтакте», «ОК», «Twitter».

Раздел 2. Основы Social Media Marketing

Маркетинг в социальных сетях и новых медиа. Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями. Определение понятия «новые медиа» и рассматриваются возможности различных каналов маркетинговых коммуникации на их основе. Анализируется маркетинговый инструментарий основных социальных сетей: Вконтакте, Одноклассники. Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и социальных сетях. Характеристика маркетинговых коммуникаций, осуществляемых в социальных сетях: построение сообществ бренда; работа с блогосферой; репутационный менеджмент; персональный брендинг; нестандартное SMM-продвижение.

Таргетированная реклама в социальных сетях. Что такое таргетированная реклама и зачем она нужна? Эффективный таргетинг. Ключевые элементы. Преимущества таргетированной рекламы перед другими рекламными механизмами. Особенности таргетированной рекламной компании. Основы стратегического планирования в таргетированной рекламе. Формирование ответов на ключевые вопросы: что, кому, как и где продавать? Этапы разработки таргетированной рекламы. Таргетированная реклама в социальных сетях.

Раздел 3. Работа с контентом для социальных сетей.

Как принимать задачи на креатив. Как понять свою аудиторию. Как создавать идеи. Раскладываем идею на контент. Текст: как складывать слова в предложения. Как писать не уныло и рекламно. Структура рекламного текста. Редактура текста. Работа с авторами. Различия в написании текстов в социальных сетях и в онлайн-СМИ. Как информация влияет на репутацию (примеры из практики). Основы создания рекламной графики для digital. Практические навыки работы в профессиональном программном обеспечении. Основы типографики, композиции и работы с цветом.

Раздел 4. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга.

Принципы расчета ROI. Формулы расчета рентабельности. Сервисы для оценки эффективности. Показатели эффективности Интернет-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Интернет-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; PageRank; посещаемость сайта. Показатели эффективности Интернет-рекламы. Удельная «стоимость» одного действия пользователя, совершенного на сайте рекламодателя благодаря размещаемой рекламе; отношение количества посетителей, принявших нужное рекламодателю решение к общему числу посетивших сайт пользователей; удельная «стоимость» одной покупки, совершенной пользователем на сервере рекламодателя благодаря размещенной рекламодателем рекламе; «стоимость» одного посетителя сервера рекламодателя;

отношение количества кликов по рекламному объявлению/баннеру к числу показов рекламного объявления /баннера, выраженное в процентах; отношение покупателей товара/услуги или пользователей сервисов данного сайта по отношению ко всем посетителям веб-страницы.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:				
1	– классификацию современных методов продвижения продукции и услуг в Интернете;		+		+
2	– содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы в социальных сетях;		+	+	+
3	– специальную терминологию систем аналитики;	+	+	+	+
4	– ключевые SMM-инструменты;	+	+	+	+
5	– возможности баннерной рекламы в социальных сетях.		+		
	Уметь:				
6	– анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях;	+	+	+	+
7	– определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга;				+
8	– определять перспективные средства коммуникаций с целевой аудиторией на основе современных информационных технологий;		+	+	
9	– применять различные инструменты SMM.	+	+	+	+
	Владеть:				
10	– навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях;	+	+	+	+
11	– навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций;			+	+
12	– навыками работы в социальных сетях.		+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
13	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую	– ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований		+	+

	информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	– ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	+	+	+	+
		– ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	+	+	+	+
14	– ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры	– ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения	+	+	+	+
		– ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы	+	+	+	+
15	– ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	– ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга –	+	+	+	+
		– ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности	+	+	+	+
		– ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1	Введение в интернет-маркетинг: цели, инструменты, метрики, воронка продаж. Термины и обозначения LiveInternet, Яндекс.Метрика. Ключевые метрики в SMM. Юридическая сторона рекламы: как не нарваться на проблемы и штрафы.	4
2	Раздел 2	Продвижение в VK, ОК, MyTarget Комьюнити-менеджмент SEO: больше, чем поисковая выдача Email-маркетинг: все о письмах Таргетированная реклама в ВКонтакте Создание аккаунта Создание контента, его типы и основные жанры Подготовка аккаунта к первым подписчикам Таргетированная реклама Основы таргетированной рекламы Работа с блогерами Горячие тренды в социальных сетях	12
3	Раздел 3	Грамотность и стиль Основы структуры текста Жанры и форматы Анонсный блок Медиаграмотность Медиапотребление Помещаем текст в инфополе Изучаем портрет ЦА Говорим голосом аудитории Пишем Сокращаем Добавляем креатив Дополняем текст ссылкой/иллюстрацией	8
4	Раздел 4	Перформанс маркетинг «Яндекс.Маркет» и другие прайс-агрегаторы KPI проектов	8

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1	Введение в интернет-маркетинг: цели, инструменты, метрики, воронка продаж. Термины и обозначения LiveInternet, Яндекс.Метрика. Ключевые метрики в SMM. Юридическая сторона рекламы: как не нарваться на проблемы и штрафы.	2
2	Раздел 2	Продвижение в VK, OK, MyTarget Комьюнити-менеджмент SEO: больше, чем поисковая выдача Email-маркетинг: все о письмах Таргетированная реклама в Vkontakt Создание аккаунта Создание контента, его типы и основные жанры Подготовка аккаунта к первым подписчикам Таргетированная реклама Основы таргетированной рекламы Работа с блогерами Горячие тренды в социальных сетях	6
3	Раздел 3	Грамотность и стиль Основы структуры текста Жанры и форматы Анонсный блок Медиаграмотность Медиапотребление Помещаем текст в инфополе Изучаем портрет ЦА Говорим голосом аудитории Пишем Сокращаем Добавляем креатив Дополняем текст ссылкой/иллюстрацией	4
4	Раздел 4	Перформанс маркетинг «Яндекс.Маркет» и другие прайс-агрегаторы KPI проектов	4

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;

- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 50 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 40 баллов), и доклада (максимальная оценка 10 баллов)

8.1. Примерная тематика докладов.

1. Использование методов интернет-рекламы при продвижении компании в Интернете.
2. Корпоративный Веб-сайт предприятия как инструмент маркетинга.
3. Корпоративный портал предприятия как инструмент продвижения на рынке.
4. Интернет-услуги для продвижения товаров.
5. Продвижение торговой марки в Интернете. Интернет-брендинг.
6. Современные информационные технологии в маркетинговой деятельности предприятия.
7. Повышение конкурентоспособности малых предприятий на основе интернет-технологий.
8. Поведение потребителей в Интернете.
9. Электронная коммерция.
10. Автоматизация маркетинговой деятельности.
11. Критерии оценки эффективности информационных систем.
12. Оценка эффективности внедрения интернет-технологий.
13. Маркетинговые исследования в Интернете
14. E-mail-маркетинг.
15. Public Relations в Интернете.
17. Маркетинговые коммуникации в TikTok.
18. Маркетинговые коммуникации в Telegram.
19. Маркетинговые коммуникации в Одноклассники.
20. Маркетинговые коммуникации в ВКонтакте.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы и оценки за работу на практических занятиях. Максимальная оценка за контрольную работу №1 составляет 10 баллов, за контрольные работы 2 и 3 составляет 20 баллов за каждую.

Практическое задание. Максимальная оценка 10 баллов

Разработать контент-план для вашего сообщества Вконтакте.

Если у вас нет сообщества, то нужно выбрать любое из следующих категорий:

- а) развлекательное — например, [Clique](#);
- б) услуги — например, [Tilda Publishing](#);
- в) товары — например, [Madrobots.ru](#).

Повторим – вы можете выбрать абсолютно любое сообщество. Выше указаны только примеры.

Проанализировать двух–трёх конкурентов с помощью сервиса [popsters.ru](#), чтобы понять, какие типы контента они размещают и какие интересные ходы можно у них почерпнуть.

Практическое задание. Максимальная оценка 10 баллов

Выбрать одну из основных целей вашей таргетированной рекламы:

- привлечение подписчиков в группу;
- заказы на сайте;
- заказы через сообщения сообщества.

Описать методы настройки аналитики для выбранной цели.

Как можно отследить эффективность работы ваших объявлений? Через что можно оценить выполнение KPI по поставленной цели?

Задания должны быть выполнены в Google-документах с возможностью просмотра по ссылке.

Практическое задание. Максимальная оценка 10 баллов

Разработать объявления для левого рекламного блока. Написать текст, подобрать креатив, обработать фотографии и нанести текст на изображение. Нужно сделать 3 креатива 145x85 с текстом и 3 креатива 145x165 с большим изображением.

Для этого вы можете воспользоваться шаблонами для Photoshop (145x85, 145x165), визуальными редакторами [www.canva.com](#), [crello.com](#) или [pixlr.com](#).

Разработать по 3 объявления для пользовательской ленты.

Для записей с кнопкой нужно разработать текст с призывом к действию (не более 220 символов) и прикрепить изображение 537x240.

Для универсальных записей нужно написать продающий текст с призывом к действию, и прикрепить изображение 800x600 или 800x800, в зависимости от вашей фантазии.

Все задания должны быть выполнены в Google-документах с возможностью просмотра по ссылке.

Практическое задание. Максимальная оценка 10 баллов

1. Разработать mind-карту под вашу аудиторию. Воспользоваться сервисом Mindmeister и взять за основу карты из занятия.

2. Создать гугл-документ и описать методы, которыми вы будете собирать аудиторию для рекламы вашего сообщества или сайта, основываясь на аудиториях из вашей карты.

Контрольная работа №1. Максимальная оценка 10 баллов.

Удобство пользование Интернет-ресурсом во многом определяет, сколько времени пользователь проведет на нем, какие разделы посетит, захочет ли вернуться, посоветует ли друзьям. В карте сообщества представляется полный перечень разделов и/или всех страниц, имеющих в сообществе социальной сети.

Графическое представление карты сообщества позволяет лучше проанализировать его структуру. Посетите официальное сообщество высшего учебного заведения в ВК и составьте структуру сайта в графическом виде.

Контрольная работа №2. Максимальная оценка 20 баллов.

Выбрать тематику и провести сравнительный анализ сообществ социальной сети «ВКонтакте». Заполнить Таблицу, написать выводы.

	Компания 1	Компания 2	Компания 3	Компания 4
Количество участников				
Год создания				
Количество администраторов в группе				
Альбомы				
Видеозаписи				
Обсуждения				
Отличительные особенности				

Контрольная работа №3 в виде опроса. Максимальная оценка 20 баллов.

1. Задачи маркетинга в соцмедиа.
2. Разработка стратегии маркетинга в соцмедиа.
3. Особенности продвижения в ВК (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты).
4. Особенности продвижения в Telegram (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты).
5. Особенности продвижения в ОК (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты).
6. Системы веб-аналитики и мониторинга соцмедиа.
7. Особенности поведения потребителей в соцмедиа.
8. Планирование маркетингового исследования в соцмедиа.
9. Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа.
10. Работа с негативом в соцмедиа.
11. Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа.
12. Вирусная реклама в Интернете: особенности технологии и методы.
13. распространения.
14. Источники маркетинговой информации в сети Интернет.
15. Технология e-mail маркетинга и правила составления рекламного сообщения.
16. Маркетинговые функции Интернет-сайтов.
17. Продвижение сайта в социальных сетях: SMO и SMM.
18. Традиционные способы продвижения продукции в Интернет.
19. Основные показатели Интернет-статистики.
20. Инновационные технологии продвижения продукции в Интернет.
21. Преимущества Интернет-сайтов перед традиционными средствами передачи маркетинговой информации.
22. Понятие поисковой оптимизации и содержание основных этапов.
23. Понятие «юзабилити» в Интернет-маркетинге.
24. Преимущества маркетинговых исследований в Интернет.
25. Методы формирования лояльности потребителей в социальных сетях.
26. Технологии маркетинговых исследований в Интернет.

27. Виды таргетинга в Интернет-рекламе: географический, временной, поведенческий и т.д.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (6 семестр – зачет (очная форма), 8 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>

2. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467833>

Б. Дополнительная литература

1. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492979>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- Журнал «Интернет-маркетинг». ISSN: 2619-1369;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>
- Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>
- <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора

- <http://economics.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
- <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека
- http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Маркетинг в социальных медиа*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 Professional Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Аудитория социальных сетей и бизнес-задачи в социальных медиа.	<i>Знает:</i> – специальную терминологию систем аналитики; – ключевые SMM-инструменты. <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях; – применять различные инструменты SMM. <i>Владеет:</i> – навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях.	Оценка за практические занятия Оценка за зачет
Раздел 2. Основы Social Media Marketing	<i>Знает:</i> – классификацию современных методов продвижения продукции и услуг в Интернете; – содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы в социальных сетях; – специальную терминологию систем аналитики; – ключевые SMM-инструменты; – возможности баннерной рекламы в социальных сетях. <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях; – определять перспективные средства коммуникаций с целевой аудиторией на основе современных информационных технологий; – применять различные инструменты SMM. <i>Владеет:</i> – навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях; – навыками работы в социальных сетях.	Оценка за контрольную работу №1 Оценка за зачет
Раздел 3. Работа с контентом для социальных сетей	<i>Знает:</i> – структуру российского рынка классификацию современных методов продвижения продукции и услуг в Интернете; – специальную терминологию систем аналитики; – ключевые SMM-инструменты; <i>Умеет:</i>	Оценка за практические занятия Оценка за контрольную работу №2 Оценка за зачет

	– анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях; – определять перспективные средства коммуникаций с целевой аудиторией на основе современных информационных технологий; – применять различные инструменты SMM. <i>Владеет:</i> – навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций; – навыками работы в социальных сетях.	
Раздел 4. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга	<i>Знает:</i> – классификацию современных методов продвижения продукции и услуг в Интернете; – содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы в социальных сетях; – специальную терминологию систем аналитики; – ключевые SMM-инструменты. <i>Умеет:</i> – анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях; – определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга; – применять различные инструменты SMM. <i>Владеет:</i> – навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций; – навыками работы в социальных сетях.	Оценка за практические занятия Оценка за контрольную работу №3 Оценка за доклад Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в РХТУ им. Д.И. Менделеева, принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 30.10.2019, протокол № 3, введенным в действие приказом ректора РХТУ им. Д.И. Менделеева от 14.11.2019 № 646А;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг в социальных медиа»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг персонала»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена

д.э.н., проф. кафедры менеджмента и маркетинга Мясоедовой Т.Г.,

к.э.н., доц. кафедры менеджмента и маркетинга Лопаткиным Д.С.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВО) для направления подготовки 38.03.02 Менеджмент, рекомендациями учебно-методической комиссии и накопленного опыта преподавания дисциплины кафедрой менеджмента и маркетинга РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина «Маркетинг персонала» относится к дисциплинам вариативной части (дисциплины по выбору) учебного плана **(Б1.В.ДВ)**. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента, основ маркетинга, организационного поведения, управления человеческими ресурсами.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся необходимого объема знаний, умений, навыков по формированию кадровой стратегии, принципов и механизмов функционирования маркетинговых управленческих систем в организациях.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические основы современных управленческих процессов в области человеческих ресурсов;
- рассмотреть уровни и виды маркетинга персонала (маркетинг-микс);
- сформировать представление о направлениях маркетинговой деятельности в области персонала;
- сформировать навыки определения профессиональных требований к персоналу, определения качественной и количественной потребности в персонале, расчета затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала, выбора источников и способов удовлетворения потребности в персонале;
- сформировать практические навыки по использованию технологий и инструментов маркетинга персонала;
- ознакомить с современными проблемами рынка труда и маркетинга персонала в России и за рубежом.

Дисциплина «Маркетинг персонала» преподается в __ семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Маркетинг персонала» при подготовке бакалавров по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль подготовки – «Маркетинг» направлено на приобретение следующих компетенций:

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг»

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический				
Владение современными инструментами комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- концепции маркетинга персонала;
- технологию и маркетинговые инструменты исследования целевых аудиторий;
- информационную, коммуникационную и ценовую функцию маркетинга персонала;
- составляющие части имиджа организации и факторы его формирования.

Уметь:

- проводить маркетинговые исследования рынка труда;
- определять количественную и качественную потребность в персонале;
- реализовывать кадровую политику организации;
- решать проблемы, связанные с удовлетворением качественной и количественной потребности в персонале;
- проводить комплексную оценку кандидатов на рабочее место.

Владеть:

- современной концепцией маркетинга персонала в непосредственной взаимосвязи с вопросами управления персоналом;
- навыками реализации кадровой политики с использованием инноваций кадрового управления;
- основными инструментами маркетинга персонала
- опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области маркетинга персонала.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад . ч.	Астр .ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,0	36	27
Лекции	0,5	18	13,5
Практические занятия (ПЗ)	0,5	18	13,5
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2	72	54
Контактная самостоятельная работа	2,0	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		71,8	53,85
Вид контроля:	зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад . ч.	Астр .ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,2	7,2	5,4
Лекции	0,1	3,6	2,7
Практические занятия (ПЗ)	0,1	3,6	2,7
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,7	97,2	72,9
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		112	60
Вид контроля:			

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад . ч.	Астр .ч.
Зачет	0,1	3,6	2,7
Контактная работа – промежуточная аттестация	0,1	0,7	0,5
Подготовка к зачету		2,9	2,2

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий для студентов очного отделения

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. час.			
		Всего	Лек	ПЗ	СР
1	Раздел 1. Маркетинг персонала: понятие, цель, задачи, уровни и виды.	2	1	-	1
2	Раздел 2. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	14	4	4	6
3	Раздел 3. Разработка требований к персоналу.	6	2	2	0
4	Раздел 4. Маркетинговые исследования рынка труда.	10	2	4	6
5	Раздел 5. Технология и инструменты маркетинга персонала.	6	1	2	5
6	Раздел 6. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.	16	4	4	8
7	Раздел 7. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом.	18	4	2	10
Всего часов		108	16	16	76

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. час.			
		Всего	Лек	ПЗ	СР
1	Раздел 1. Маркетинг персонала: понятие, цель, задачи, уровни и виды.	2	0,5	-	1
2	Раздел 2. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала	14	0,5	0,3	10
3	Раздел 3. Разработка требований к персоналу.	6	-	0,3	4
4	Раздел 4. Маркетинговые исследования рынка труда.	10	1	1	6,7
5	Раздел 5. Технология и инструменты маркетинга персонала.	6	1	1	5
6	Раздел 6. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала.	16	0,3	0,5	10

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. час.			
		Всего	Лек	ПЗ	СР
7	Раздел 7. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом.	18	0,3	0,5	10
	Всего часов	108	3,6	3,6	97,2

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Маркетинг персонала: понятие, цель, задачи, уровни и виды

Понятие «маркетинг персонала». Цель и задачи маркетинга персонала. Стратегический и оперативный уровни маркетинга. Внешний и внутренний, целевой и массовый маркетинг персонала. Персонал-маркетинг-микс и его модели. Основные составляющие маркетинга персонала. Стратегический треугольник маркетинга персонала. Маркетинговые инструменты исследований для работы с целевыми аудиториями. Преобразование информации о тактических/стратегических действиях конкурентов для использования в управлении персоналом.

Раздел 2. Информационная, коммуникативная и ценовая функции маркетинга персонала

Маркетинговая информация в области персонала. Виды, содержание, способы получения и обработки маркетинговой информации в области персонала.

Коммуникационная функция маркетинга персонала. Объекты коммуникационной функции: сотрудники организации, которые выступают в качестве участников внутреннего конкурса на вакансии и являются носителями имиджа компании на рынке труда. Внутренние и внешние корпоративные коммуникации. Содержание, направления, способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда. Рынок труда как комплексный источник потенциальных претендентов.

Методологические подходы к оценке эффективности МП. Определение затрат на персонал. Показатели эффективности МП. Оценка эффективности каналов коммуникации в маркетинге персонала.

Раздел 3. Разработка требований к персоналу

Определение количественной и качественной потребности в персонале; расчет затрат на приобретение и дальнейшее использование персонала; выбор способов определения потребности в персонале; анализ и контроль эффективности распределения персонала организации по должностным позициям.

Исследование рынка труда с точки зрения спроса на рабочие места и характеристик наличной рабочей силы. Выявление социальных потребностей работников и потенциальных кандидатов на рабочие места, а также специфики потенциальных трудовых ресурсов (города, региона). Технологии активного и пассивного поиска персонала.

Раздел 4. Маркетинговые исследования рынка труда

Понятие качественной и количественной потребности в персонале. Выявление и классификация требований к персоналу и к работодателю. Анализ внутреннего рынка рабочей силы организации. Анализ внешнего (отраслевого и регионального) рынка труда. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда. Сегментирование рынка труда на основе требований к персоналу и к работодателю. Требования к работодателю со стороны различных целевых групп. Анализ основных конкурентов. Имидж организации как работодателя. Определение источников и способов удовлетворения спроса на персонал.

Раздел 5. Технология и инструменты маркетинга персонала

Разработка комплекса мероприятий для реализации долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/или отрасли.

Связи с общественностью в управлении персоналом. Организация общественного мнения: сущность, назначение, используемые средства (установление и поддержание связей с прессой, пропаганда услуг (товара), унификация коммуникаций, лоббизм, консультирование). Роль и место связи с общественностью в управлении персоналом. Оценка результатов пропагандистской деятельности.

Корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала. Сущность и характерные черты корпоративной культуры организации. Влияние корпоративной культуры в организации на эффективность деятельности организации в целом. Корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала.

Раздел 6. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала

Значение имиджа организации для ее позиционирования на рынке труда. Составные части имиджа организации и факторы его формирования, способы оценки имиджа организации и использование результатов для позиционирования организации на рынке труда. Потребности и ожидания работников. Предложения других работодателей. Позиционирование конкурентов. Нормы поведения при работе с клиентами и партнерами компании. Программы формирования и поддержки лояльности персонала. Event-менеджмент. Формирование привлекательного «рабочего места».

Раздел 7. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом

Стратегический HR-менеджмент. Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. Синхронизация стратегических планов развития компании в отношении всех объектов управленческих функций (персонал, финансы, информация, производство и др.). Определение долгосрочных потребностей и возможностей в привлечении и развитии человеческих ресурсов. Инжиниринг бизнес процессов и внутренних коммуникаций. Операционный HR-менеджмент. Организация подбора персонала. Определение и описание кадровых потребностей (продуктовая концепция) и возможностей (SWOT). Определение стратегии, тактик и источников привлечения ресурсов (анализ временных, денежных затрат, получаемого качества; использование матриц приоритетности). Проведение собеседований, комплексной оценки кандидатов (маркетинговые исследования). Удержание персонала. Комплексная разработка программ формирования лояльности персонала к компании и ее корпоративной культуре начиная с этапа адаптации

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции	Разделы						
	1	2	3	4	5	6	7
<i>Знать:</i>							
• концепции маркетинга персонала	+						
• технологии и инструменты маркетинга персоналом;				+	+		
• составные части имиджа организации и факторы, оказывающие влияние на его формирование;	+				+	+	+
• основы стратегического управления персоналом;		+	+				
• информационную, коммуникационную и ценовую функции маркетинга персонала.		+					
<i>Уметь:</i>							
• проводить маркетинговые исследования рынка труда;	+		+				
• определять количественную и качественную потребность в персонале;			+	+	+		
• реализовывать кадровую политику организации	+	+	+				
• решать проблемы, связанные с реализацией принятой концепции управления персоналом организации			+				
• проводить комплексную оценку кандидатов на рабочее место.				+		+	
•							
<i>Владеть:</i>							
• навыками реализации кадровой политики с использованием инноваций кадрового управления, обеспечивающих их реализацию;	+		+				
• современной концепцией маркетинга персонала в непосредственной взаимосвязи с вопросами управления персоналом;	+	+	+	+	+	+	+
• опытом конкурентоспособных российских и зарубежных	+					+	+

Компетенции		Разделы						
		1	2	3	4	5	6	7
организаций в области управления персоналом.								
основными инструментами маркетинга персонала								+
В результате освоения дисциплины освоения дисциплины студент должен приобрести следующие профессиональные компетенции:								
Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК							
ПК-8 Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	+	+	+	+	+	+	+
	ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности							
	-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами							
Профессиональные компетенции								
владением различными способами разрешения конфликтных ситуаций при проектировании межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом, в том числе в межкультурной среде (ПК-2)		+	+		+	+	+	

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	2	Практическое занятие 1. Маркетинговые технологии в области управления персоналом	2
2	2	Практическое занятие 2. Изучение основных качественных и количественных потребностей в персонале с использованием инструментов маркетинга.	2
3	3	Практическое занятие 3. Разработка качественных требований к персоналу	2
4	4	Практическое занятие 4. Сущность и назначение маркетинговой информации, принципы, цель и задачи управления персоналом	2
5	5	Практическое занятие 5. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	2
6	6	Практическое занятие 6. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	2
7	1-6	Практическое занятие 7. Маркетинговые исследования рынка труда	2
8	7	Практическое занятие 8. Применение стратегического и тактического инструментария маркетинга персонала организации.	2
		Итого	16

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	2	Практическое занятие 2. Изучение основных качественных и	0,3

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
		количественных потребностей в персонале с использованием инструментов маркетинга.	
2	3	Практическое занятие 3. Разработка качественных требований к персоналу	0,3
3	4	Практическое занятие 4. Сущность и назначение маркетинговой информации, принципы, цель и задачи управления персоналом	1
4	5	Практическое занятие 5. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	1
5	6	Практическое занятие 6. Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	0,5
66	1-6	Практическое занятие 7. Маркетинговые исследования рынка труда	0,5
		Итого	3,6

6.2. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия отсутствуют.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Рабочей программой дисциплины «Маркетинг персонала» предусмотрена самостоятельная работа студента бакалавриата в объеме 76 час. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами,
- подготовку к семинарам РХТУ им. И. Менделеева и контрольным работам по тематике дисциплины;
- подготовку реферата по одной из предложенных тем.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять в течение всего периода изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в учебной программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы

1. Роль маркетинга в экономике России
2. Социально - экономические предпосылки, условия возникновения и развития маркетинга в России.
3. Демографическая ситуация в России, ее влияние на рынок труда.
4. Внутренний рынок труда как основа формирования маркетинга персонала.
5. Поведение соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда.
6. Согласование интересов работодателей и трудоспособного населения.
7. Дискриминация на рынке труда.
8. Направления деятельности службы персонала и ее подразделений.
9. Источники и способы удовлетворения потребности в персонале, оценка их эффективности.
10. Значение корпоративной культуры в организации, ее влияние на эффективность деятельности организации в целом.
11. Корпоративная культура как инструмент маркетинга персонала.
12. Оценка результатов пропагандистской деятельности.
13. Роль и место связи с общественностью в управлении персоналом.
14. Субъекты рынка труда. Юридические нормы и экономические программы.
15. Активный поиск: технологии переманивания («партизанский» маркетинг).
16. Пассивный поиск: составление объявления о вакансии, выбор канала рекламы и анализ его эффективности, участие в ярмарках вакансий.
17. Конкуренция и мобильность рабочей силы.
18. Межфирменная мобильность рабочей силы.
19. Мониторинг и прогнозирование рынка труда, определение потребности в кадрах.
20. Зарубежный опыт организации маркетинга персонала.
21. Система маркетинговой информации: система внутренней отчетности, система сбора внешней текущей маркетинговой информации.
22. Система маркетинговых исследований, система анализа маркетинговой информации.
23. Оценка эффективности управления персоналом.
24. Маркетинг персонала - вид управленческой деятельности, направленной на долговременное обеспечение организации человеческими ресурсами
25. Формирование внутреннего и внешнего имиджа организации.
26. Имидж как психологическая PR- категория в организации
27. Имидж организации как инструмент маркетинга персонала.
28. Маркетинговая концепция управления персоналом
29. Инжиниринг бизнес процессов и внутренних коммуникаций.
30. Определение и описание кадровых потребностей (продуктовая концепция) и возможностей (SWOTanalysis).

31. Комплексная разработка программ формирования лояльности персонала к компании и ее корпоративной культуре
32. Социально-экономические последствия безработицы и пути ее минимизации.
33. Анализ основных конкурентов
34. Сегментация рынка труда и формирование сегментов потенциальных работников
35. Анализ поведения соискателей рабочих мест на внешнем и внутреннем рынках труда
36. Анализ и поиск активных партнеров
37. Имидж профессии и сфер деятельности
38. Методологические подходы к оценке эффективности МП
39. Определение затрат на персонал
40. Поиск работы: гарантии и риски.
41. Эволюция маркетинга, основные маркетинговые концепции.
42. Основные функции, принципы и требования к маркетингу.
43. Рынок: понятие, структура рынка, основные функции рынка, классификация рынков. Рынок труда. Роль маркетинга на рынке труда.
44. Маркетинговая среда предприятия: микро- и макросреда.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

1. Понятие и сущность маркетинга
2. Функциональное назначение маркетинга.
3. Экономический смысл маркетинга, его основные категории
4. Уровни маркетинга персонала
5. Роль и место связи с общественностью в управлении персоналом.
6. Организация общественного мнения
7. Корпоративная культура
8. Внутренний рынок труда.
9. Рынок как объективная социально-экономическая предпосылка и условие маркетинга
10. Понятие требований к персоналу.
11. Кадровая политика
12. Кадровая стратегия.
13. Планирование персонала
14. Прогнозирование конъюнктуры рынка труда.
15. Система социального партнерства
16. Имидж организации.
17. Позиционирование организации на рынке труда.
18. Основные характеристики имиджа, его виды и функции.
19. Оценка имиджа организации
- 20.) Кадровая стратегия.

21. Определение долгосрочных потребностей
22. Организационная структура компании
23. Методология маркетинговых исследований
24. Анализ кадрового потенциала организации
- 25) Эффективность маркетинга персонала.
26. Затраты на персонал
27. Трудовой потенциал организации.
28. Коммуникативные функции организации-работодателя
29. Организационно - экономические методы регулирования взаимодействия рынков труда различных уровней.
30. Маркетинговая информация, ее виды, значение.
31. Организационная культура и ее роль в сохранении «профессионального ядра» организации.
32. Роль и место маркетинга персонала в кадровом менеджменте.
33. Западный опыт и возможности его применения в маркетинге персонала.
34. Роль прогнозирования в маркетинге персонала.
35. Издержки найма работников.
36. Качественная потребность в персонале.
37. Планирование потребности в персонале.
38. Стратегический набор и отбор персонала.
39. Методы и формы отбора персонала.
40. Лизинг персонала как источник покрытия потребности.
41. Имидж фирмы и его значение в маркетинге персонала.
42. Оценка работы служб управления персоналом.
43. Методы оценки персонала.
44. Методы оценки управленческих кадров.
45. Роль и место аудита в маркетинге персонала.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

9.1.1. Основная литература

1. Патласов О.Ю. Маркетинг персонала: Учебник для вузов, Изд-во «Дашков и К», 384с., 2018. <https://e.lanbook.com/reader/book/105568/#1>
2. Печеркина И.Ф. Маркетинг персонала: Учебно-методическое пособие, Тюменский государственный университет, 96с., 2018г. <https://e.lanbook.com/book/110152>

9.1.2. Дополнительная литература

1. Иванова Е. А., практикум «Маркетинг персонала», , Московский государственный университет путей сообщения, М., 87с., 2014.
2. Шапиро С.А., Самраилова Е.К., практикум по дисциплине «Маркетинг персонала», Москва -Берлин, Директ медиум, 59с., 2020

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

9.2.1. Журналы:

1. Менеджмент в России и за рубежом ISSN 1028-5857
2. Кадровик ISSN 2074-0107

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- презентации лекций на электронном носителе (более 100 слайдов).

Для освоения дисциплины студенты должны использовать информационные и информационно-образовательные ресурсы следующих порталов и сайтов:

1. Система федеральных образовательных порталов. Система открытого образования. Консалтинговый центр ИОС ОО РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.openet.ru> (дата обращения: 14.12.2018).
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». URL: <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 11.12.2018).

При разработке программы дисциплины использованы следующие нормативные и нормативно-методические документы:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [Электронный ресурс] – Режим

доступа: <http://минобрнауки.рф/документы/2974> (дата обращения: 05.11.2015).

2. Федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования // Координационный совет учебно-методических объединений и научно-методических советов высшей школы. Портал Федеральных образовательных стандартов высшего образования [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/fgosvpo/7/6/1> (дата обращения: 05.11.2015).
3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 4 апреля 2014 г. № 2 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://минобрнауки.рф/документы/6045> (дата обращения: 05.11.2015). ,

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «Маркетинг персонала» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы студента.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры, укомплектованные проигрывателями CD и DVD, принтерами и программными средствами; проекторы и экраны; цифровые камеры; копировальные аппараты; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.3. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине. Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде.

11.4. Перечень лицензионного программного обеспечения

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	Windows 8.1. Professional Get Genuin	Контракт № 62-64ЭА/2013	8	бессрочная

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Маркетинг персонала: понятие, цель, задачи, уровни и виды	Знает: основные составляющие маркетинга персонала и его инструменты Умеет: •выстраивать управление персоналом вверенного ему подразделения в соответствии со стратегией развития организации; оформлять организационные документы. Владеет: современной концепцией маркетинга персонала в непосредственной взаимосвязи с вопросами управления персоналом;	Контрольная работа № 1
Раздел 2. Информационная, коммуникативная и ценовая функция маркетинга персонала.	Знает: • виды, содержание, маркетинговой информации в области персонала. • внутренние и внешние корпоративные коммуникации. Содержание, направления, способы применения коммуникативной функции организации-работодателя на рынке труда. • методологические подходы к оценке эффективности МП. Умеет: • получать и обрабатывать маркетинговую информацию в области персонала. Владеет: • способами получения и обработки маркетинговой	Контрольная работа № 1. Защита реферата

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
	информации в области персонала. • внутренними и внешними корпоративными коммуникациями. • подходами к оценке затрат на персонал, методом определения показателей эффективности МП.	
Раздел 3 Разработка требований к персоналу	Знает: • характеристики рынка труда • специфику потенциальных трудовых ресурсов Умеет: • определять количественную и качественную потребности в персонале; • рассчитывать затраты на приобретение и дальнейшее использование персонала; • анализировать и контролировать эффективность распределения персонала организации по должностным позициям. • выявлять социальные потребности работников и потенциальных кандидатов на рабочие места, Владеет: технологиями активного и пассивного поиска персонала	Контрольная работа № 1. Защита реферата
Раздел 4 Маркетинговые исследования рынка труда.	Знает: • подходы к формированию сегментов потенциальных работников на рынке труда .	Контрольная работа № 1

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
	• значение имиджа организации как работодателя при поиске квалифицированных специалистов. • основные инструменты маркетинга персонала. Умеет: • проводить анализ основных конкурентов • анализировать и находить активных партнеров в подборе персонала • определять источники и способы удовлетворения спроса на персонал. • разрабатывать комплекс мероприятий для реализации долгосрочной кадровой политики организации на рынке труда региона и/ или отрасли. Владеет: • теоретическими знаниями и современными технологиями маркетинга персонала. • технологией маркетинговых исследований рынка труда.	
Раздел 5 Технология и инструменты маркетинга персонала.	Знает: • Роль и способы формирования общественного мнения об имидже компании работодателя • Влияние корпоративной культуры на привлечение и удержание персонала Умеет: Реализовывать кадровую политику организации с помощью	Контрольная работа № 2. Защита реферата

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
	инструментов маркетинга персонала.	
Раздел 6. Имидж организации и его использование в маркетинге персонала	Знает • составные части имиджа организации и факторы его формирования, • программы по формированию и поддержке лояльности персонала Умеет: • оценить имидж организации и использовать результаты для позиционирования организации на рынке труда • реализовать Программы формирования и поддержки лояльности персонала. Владеет: • информацией о потребностях и ожиданиях работников, о предложениях других работодателей.	Контрольная работа № 2. Защита реферата
Раздел 7 Применение технологий внутреннего маркетинга в процессах управления персоналом	Знает: • стратегический и операционный HR-менеджмент. Разработка кадровой стратегии, кадровое планирование. • стратегию, тактику и источники привлечения персонала Умеет • проводить синхронизацию стратегических планов развития компании в отношении всех объектов управленческих функций (персонал, финансы, информация, производство и др.).	Контрольная работа № 2. Защита реферата

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
	• определять долгосрочные потребности в привлечении и развитии человеческих ресурсов. • Проводить инжиниринг бизнес процессов и внутренних коммуникаций. Владеет: • организацией процедуры подбора персонала. • технологией проведения собеседований, комплексной оценки кандидатов навыками разработки программ формирования лояльности персонала к компании и ее корпоративной культуре.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Маркетинг территорий»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом экономических наук, старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга К.Ю. Лашманкиной.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина «**Маркетинг территорий**» относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и менеджмента.

Цель дисциплины – овладение обучающимися бакалавриата знаний теории о маркетинге территорий, о маркетинговых инструментах и подходов, в числе которых – формирование имиджа, создание брендов, позиционирование территорий, продвижение территориальных продуктов и др.

Задачи дисциплины:

- выработать знания у студентов понятийного и категориального аппарата дисциплины. Уметь выбирать необходимые маркетинговые методы и инструменты для исследования регионов. Иметь возможность идентифицировать и классифицировать маркетинговые методы исследования региона;
- овладение базовыми умениями и навыками поиска информации, необходимой для маркетингового анализа регионов;
- освоение приемов работы с учебной и научной литературой по маркетингу территорий. Овладение навыками оценки региона как объекта маркетинговых исследований и разработки целевых программ маркетинга территорий.

Дисциплина «**Маркетинг территорий**» преподается в 8 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:
ПК-7.1; ПК-7.3; ПК-8.1; ПК-8.3

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК-7 Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры	ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

Владение современным и цифровыми технологиями в контексте управленческой деятельности; Экономический и стратегический анализ для построения прогнозов развития макро- и микросреды бизнеса; Принятие управленческих решений	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 40. Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макро-уровнях в экспертно-аналитических организациях и службах	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	Анализ требований выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 609 н, Обобщенная трудовая функция: А. Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). А/02.6. Тактическое управление процессами организации производства (уровень квалификации – 6) к профессиональным компетенциям, предъявляемым к

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- предмет, цели и задачи маркетинга территорий;
- понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга;
- виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа;
- механизмы и технологии маркетинга территорий.

Уметь:

- применять инструменты исследований в маркетинге территорий;
- разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации;
- использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе;
- обобщать и систематизировать информацию об инвестиционном климате территорий;
- разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга.

Владеть:

- способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга;
- способами управления имиджем территории;
- методами разработки и реализации маркетинговых программ;
- навыками работы с учебной и научной литературой по проблемам территориального развития и конкурентоспособности пространственных образований.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
в том числе в форме практической подготовки	-	-	-
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,11	76	57
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		<u>35,6</u>	<u>26,7</u>
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Теоретические основы маркетинга территории	30	6	2	-	16
2.	1.1. Основные положения маркетинга территорий	12	2		-	6
3.	1.2. Специфика использования маркетинга в управлении территорией	10	2	2	-	4
4.	1.3. Разновидности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа	8	2		-	6
5.	Раздел 2. Маркетинговая политика территории. Механизмы маркетинга территорий	50	20	10	-	40
6.	2.1. Территориальная конкуренция и конкурентоспособность	6	2	2	-	4
7.	2.2. Маркетинговые стратегии развития территорий	4	2		-	4
8.	2.3 Стратегическое маркетинговое планирование территориального развития	6	2			4
9.	2.4. Интеллектуальный капитал в маркетинге территорий	4	2	2		4
10.	2.5 Инфраструктурный комплекс территорий; состояние и тенденции развития	6	2	2		4
11.	2.6. Процесс внедрения маркетинга территории в территориальное управление.	4	2			4
12.	2.7. Маркетинг кластеров и специализированных социально-экономических территорий.	6	2			4
13.	2.8 Инструменты исследований в маркетинге территорий.	4	2	2	-	4
14.	2.9 Маркетинговые коммуникации территории	6	2			4
15.	2.10 Управление имиджем территории. Бренды и Брендинг территории	4	2	2		4
16.	Раздел 3. Особенности маркетинга разных территорий и муниципальных образований. «Зеленый маркетинг» территорий. Арктические регионы.	28	6	4	-	22
17.	3.1. Особенности маркетинга страны. Исследование регионов Арктики	12	2	2	-	8
18.	3.2 Особенности маркетинга города и локальных мест	10	2			8

19	3.3 Маркетинг муниципального образования, понятие ТОС. Понятие и формирование «зеленого маркетинга» территории	6	4	2		6
20	ИТОГО	108	16	16	-	76

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга территории.

Понятие и особенности маркетинга территорий. Объекты, субъекты и целевые рынки «потребителей» в маркетинге территорий. Отличия маркетинг территорий и маркетинг товара. Концепции маркетинга в контексте маркетинга территорий. Сущность маркетинга территорий: цели, принципы, функции. Эволюция взглядов на маркетинг территорий. Разновидности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа. Виды маркетинга территории по объектам и типу маркетингового воздействия.

Дифференциация территорий. Ремаркетинг территории. Маркетинг на территории и территориальный маркетинг, отличия. Международный маркетинг территорий.

Раздел 2. Маркетинговая политика территории. Механизмы маркетинга территорий.

Понятие маркетинговых стратегий территории. Классификация маркетинговых стратегий территории. Стратегическое маркетинговое планирование территориального развития. Процесс внедрения маркетинга территорий в территориальное управление. Этапы организации территориального маркетинга. Показатели результативности маркетинга территорий. Маркетинг кластеров. Маркетинг специализированных социально-экономических территорий. Креативный и интеллектуальный потенциал территории как условие развития территориального маркетинга.

Инструменты исследования в маркетинге территорий. Имидж территории: понятие и структура имиджа территорий. Факторы формирования имиджа территории. Виды и типы имиджа территорий. Мировой опыт продвижения стран. Рейтинги имиджа стран. Бренды территорий. Бренд территории как научная категория. Факторы создания брендов территорий. Концепция конкурентной идентичности. Методики создания территориальных брендов.

Конкурентные преимущества территорий. Конкурентоспособность территорий: содержание и цели. Факторы формирования конкурентных преимуществ территорий. Основные подходы экономического развития территорий. Кластеры как инструмент экономического и социального развития территории.

Интеллектуальный капитал в маркетинге территории. Структура интеллектуального капитала. Маркетинг человеческого капитала. Маркетинг интеллектуального капитала. Маркетинг структурного капитала. Маркетинг потребительского капитала.

Понятие инфраструктуры территорий. Услуги как продукт деятельности инфраструктуры. Маркетинг инфраструктуры в развитии территории. Социальная инфраструктура.

Понятие и виды инструментов исследований в маркетинге территорий. Индексы и рейтинги территории как комплексные показатели информации.

Комплекс маркетинговых коммуникаций территории. Цели и задачи маркетинговых коммуникаций в территориальном маркетинге. Виды коммуникаций маркетинга территорий.

Управление имиджем территории. Современные технологии формирования имиджа территорий.

Раздел 3. Особенности маркетинга разных территорий и муниципальных образований. «Зеленый маркетинг» территорий.

Особенности маркетинга страны. Страна и государство как объекты маркетинга. Позиционирование страны и специфика формирования территориального продукты страны. Специфика маркетинга различных стран.

Маркетинг города. Динамика урбанизации в мире и в России. Классификация и типология городов. Специфика маркетинг города. Роль крупнейших городов в развитии территорий и стран. Современные тенденции развития городов. Город как особый

предмет маркетинговой деятельности. Средства маркетинга города. Маркетинг партнерских отношений в городах. Региональный маркетинг и маркетинг территорий: общее и специфическое. Регион, как продукт: маркетинговая привлекательность. Маркетинг туристских зонг. Маркетинг инновационных зон. Маркетинг агропромышленных зон.

Маркетинг муниципального образования. Типы муниципальных образований. Современное состояние и проблемы городских и сельских поселений России. Особенности маркетинга муниципальных образований. Создание и продвижение территориального продукта муниципального образования. ТОС, характеристики организации, их виды и деятельность.

«Зеленый маркетинг» территорий. Понятие и особенности формирования «зеленого маркетинга» территории. Методы реализации «зеленого маркетинга» территорий. Гринвошинг.

Арктическая зона РФ. Исследование регионов Арктики. Их характеристика, статистика.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	- предмет, цели и задачи маркетинга территорий;	+	+	+
2	- понимать понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга;	+		+
3	- виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа, механизмы и технологии маркетинга территорий.	+	+	
	Уметь:			
4	- применять инструменты исследований в маркетинге территорий; использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе	+	+	+
5	- разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации;	+	+	+
6	- обобщать и систематизировать информацию об инвестиционном климате территорий; разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга.	+	+	+
	Владеть:			
7	- способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга;	+	+	+
8	- методами разработки и реализации маркетинговых программ;	+	+	
9	- способами управления имиджем территории; навыками работы с учебной и научной литературой по проблемам территориального развития и конкурентоспособности пространственных образований.		+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :				
	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения		
	ПК-7 Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры	ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения ПК-7.3. Владеет навыками применения современных		

		инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы			
	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами			

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Изучение территорий по разным характеристикам территориального маркетинга.	2
2	1	Создание карты восприятия страны по отношению к другим странам.	2
3	2	Анализ выбранных регионов с помощью инструментов территориального маркетинга (SWOT-анализ, PEST-анализ.	2
4	2	Анализ существующих ТОСов и их территориальных продуктов. Выработка рекомендаций.	2
5	2	Кейсы для решения проблем, связанных с территориальным маркетингом.	2
6	2	Анализ официальных и неофициальных символов стран.	2
7	2	Изучение регионов Арктики. Создание логотипа, брендбука на основе полученных данных.	2
8	3	Создание настольной игры на тему: «Региональный маркетинг»	2
	Итого		16

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с

указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 60 баллов), практических работ (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины.

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 20 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за полностью выполненное задание.

Перечень заданий для практических занятий.

Раздел 1. Теоретические основы маркетинга территории.

1.Предложите мероприятия, необходимые для улучшения положительного имиджа России в мире. Участие каких субъектов, по вашему мнению, может значительно улучшить имидж нашей страны?

2. Проведите анализ социально-экономического положения регионов РФ (регион на выбор). Для этого:

- Охарактеризуйте географическое положение и природно-климатические ресурсы региона
- Проанализируйте промышленный (производственный или аграрный) потенциал региона
- Выявите территориальные продукты и рассмотрите возможности их продвижения
- Найдите в исследуемом регионе химические предприятия и проанализируйте их деятельность. Дайте им характеристику.

Раздел 2. Маркетинговая политика территории. Механизмы маркетинга территорий.

1.На паре создайте логотип территориального бренда города, из которого Вы родом. При создании логотипа учтите природно-географическую уникальность территории, ее исторические и культурные события, а также подумайте возможно ли отразить в логотипе территориальный продукт.

2.Проанализируйте конкурентоспособность выбранного Вами субъекта РФ по следующим позициям:

- Рассмотрите социально-экономические показатели субъекта.
- Выявите внутренние и внешние конкурентные преимущества территории.
- Проанализируйте, насколько товары, производимые на территории, конкурируют на внутреннем рынке страны и имеют спрос на внешних рынках.
- Рассмотрите рейтинг конкурентоспособности данного региона по отношению к

другим.

Составьте отчет по проводимому анализу и составьте свои предложения по повышению конкурентоспособности региона

3. Проанализируйте научно-технический и инновационный потенциал субъектов (выберите тот субъект, который Вы рассматривали) Российской Федерации.

С этой целью:

- Оцените взаимодействие учебных, научных учреждений с предприятиями субъекта и их значимость для рынка труда субъекта.
- Выявите предприятия, осуществляющие производство инновационной продукции, и предприятия, участвующие по выполнению исследований и разработок.
- Проанализируйте текущий рейтинг инновационного развития данного субъекта.
- Сделайте выводы по научно-техническому и инновационному развитию региона.

Оформите свой ответ в отчет.

4. Рассмотрите и дайте оценку современного состояния инфраструктурного комплекса одного из федеральных округов или субъектов Российской Федерации:

- Выявите наиболее развитый инфраструктурный комплекс территории;
- Оцените развитие транспортной инфраструктуры для региона и относительно других регионов России;
- Охарактеризуйте социальные инфраструктурные комплексы региона, дайте оценку их состояния; Обоснуйте основные барьеры его развития.
- Рассмотрите развитие туристической инфраструктуры в выбранном Вами субъекте.

Сформулируйте предложения по дальнейшему развитию инфраструктурного комплекса исследуемого региона.

Раздел 3. Особенности маркетинга разных территорий и муниципальных образований. «Зеленый маркетинг» территорий.

1. Изучите маркетинговую среду одного из городов и создайте проект развития города **«Город, комфортный для жизни»**. (Написать подробный рассказ, почему стоит жить в выбранном Вами городе или почему стоит его посетить, что там интересного!)

2. Составьте SWOT-анализ территории субъекта, который Вы рассматривали на парах. (Регион, из которого Вы родом.)

Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	Угрозы

3. Выберите субъект РФ

- Выявите территориальные продукты и рассмотрите возможности их продвижения
- Исследуйте взаимодействия региона с другими территориями
- Охарактеризуйте географическое положение и природно-климатические ресурсы региона
- Подумайте, какой (новый) продукт или услугу можно производить или предоставлять в этом субъекте, чтобы его выделить среди других.

Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (8 семестр – экзамен)

Итоговый контроль по дисциплине предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Экзамен по дисциплине «*Маркетинг территорий*» проводится во 8 семестре и включает контрольные вопросы по всем разделам рабочей программы дисциплины. Билет для *маркетинга территорий* состоит из 2 теоретических вопросов

Пример билета для *зачета с оценкой*:

«Утверждаю» Зав.каф. МиМ (Должность, наименование кафедры) Лопаткин Д.С. (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 20__ г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент «Маркетинг и рыночная аналитика»
	Маркетинг территорий
Билет № 1	
1. Назовите виды инструментов маркетинга территорий. Что включает в себя STEP-анализ. Проведите STEP-анализ выбранного региона. 2. Что такое символика региона? Покажите роль и значение атрибутивных знаков в формировании привлекательного имиджа туристского региона	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Угрюмова А.А., Савельева М.В., Ерохина Е.В. Маркетинг территорий: учебник-2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 446 с.
2. Логунцова И.В., Малькова И.В., Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 163 с.

Б. Дополнительная литература

1. Лысова Н.А.. Маркетинг территорий : Учебник— Москва : Проспект, 2022. — 169 с.
1. Панкрухин, А. П. Основы маркетинга территорий - [Электронный ресурс]. URL: [https://dl.booksee.org/genesis/192000/607a70f3853c2621eb007f7be7cac4669/as/\[Pankruhin_A.P.\]_Marketing_territory\(BookSee.org\).pdf](https://dl.booksee.org/genesis/192000/607a70f3853c2621eb007f7be7cac4669/as/[Pankruhin_A.P.]_Marketing_territory(BookSee.org).pdf)
2. Алешникова, В.И. Введение в маркетинг территорий. М.: ИНФРА-М, 2022. 272 с. DOI: 10.12737/1200565.
3. Угрюмова, А. А. Маркетинг территорий: учебник и практикум для академического бакалавриата - [Электронный ресурс]. URL: <https://urait.ru/bcode/438882>
4. Панкрухин, А. П. Маркетинг территорий / А. П. Панкрухин – СПб.: Питер, 2006. – 413 с.
5. Данько Т.П. Управление маркетингом: методологический аспект. - М., 2007.
6. Жильцова, О. Н. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов - [Электронный ресурс]. URL: <https://urait.ru/bcode/536037>
7. Гончарова, И.В., Розанова, Т.П., Морозов, М.А., Морозова, Н.С. Маркетинг туризма: учебное пособие - [Электронный ресурс]. URL: http://elibrary.ru/ebook/marketing_tourism.pdf/download/marketing_tourism.pdf .

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Harvard Business Review – Россия;
- Вестник McKinsey – Россия;
- Менеджмент в России и за рубежом;
- Проблемы теории и практики управления;
- Российский журнал менеджмента;
- Эксперт;
- Секрет фирмы;
- Forbes.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.uptp.ru/content/> - Проблемы теории и практики управления;

- <http://www.forbes.ru/> - Forbes Russia;
- <http://www.pragmatist.ru/category/istoriya-menedzhmenta> – Энциклопедия менеджмента [Электронный ресурс];
- <https://hbr-russia.ru/> – Harvard Business Review – Россия;
- <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту;
- <https://www.biblio-online.ru> – электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»;
- <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека eLibrary.ru.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 148);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 200);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Маркетинг территорий*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Теоретические основы маркетинга территории	<i>Знает:</i> -предмет, цели и задачи маркетинга территорий; -понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга; -виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа; -механизмы и технологии маркетинга территорий. -актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа. <i>Умеет:</i> -применять инструменты исследований в маркетинге территорий; -разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; -использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе; -обобщать и систематизировать информацию об инвестиционном климате территорий; -разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга <i>Владеет:</i> -способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга; - способами управления имиджем территории; -методами разработки и реализации маркетинговых программ; -навыками работы с учебной и научной литературой по проблемам территориального развития и конкурентоспособности пространственных образований	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 1. Оценка за экзамен

Раздел 2. Маркетинговая политика территории. Механизмы маркетинга территорий	<i>Знает:</i> -предмет, цели и задачи маркетинга территорий; -понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга; -виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа; -механизмы и технологии маркетинга территорий. -актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа. <i>Умеет:</i> -применять инструменты исследований в маркетинге территорий; -разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; -использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе; -обобщать и систематизировать информацию об инвестиционном климате территорий; -разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга <i>Владеет:</i> -способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга; - способами управления имиджем территории; -методами разработки и реализации маркетинговых программ; – навыками работы с учебной и научной литературой по проблемам территориального развития и конкурентоспособности пространственных образований	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 2. Оценка за экзамен
Раздел 3. Особенности маркетинга разных территорий и муниципальных образований. «Зеленый маркетинг» территорий	<i>Знает:</i> -предмет, цели и задачи маркетинга территорий; -понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга;	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу

	-виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа; -механизмы и технологии маркетинга территорий. -актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа. <i>Умеет:</i> -применять инструменты исследований в маркетинге территорий; -разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; -использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе; -обобщать и систематизировать информацию об инвестиционном климате территорий; -разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга <i>Владеет:</i> -способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга; способами управления имиджем территории; -методами разработки и реализации маркетинговых программ; -навыками работы с учебной и научной литературой по проблемам территориального развития и конкурентоспособности пространственных образований	№ 3. Оценка за экзамен

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

– Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

– Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

– Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

– **Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Маркетинг территорий»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинговые исследования»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.Э. Бойко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Маркетинговые исследования**» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики предприятия и маркетинга.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся комплекса знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований для получения, систематизации и анализа информации, необходимой для принятия маркетинговых решений. Данный курс знакомит студентов с основными вопросами организации и проведения маркетинговых исследований: определением целей и задач, разработкой плана исследования, содержанием основных этапов исследования, методами сбора и обработки данных, и представлением результатов исследования.

Задачи дисциплины:

- обеспечить понимание роли исследований рынка в системе управления на предприятии;
- изучить методы и процедуры проведения комплексных исследований рынка;
- дать возможность анализировать состояние рынка исследований в России и в мире;
- обучить составлять техническое задание и предложение на проведение маркетинговых исследований;
- обеспечить понимание основных приемов и инструментов сбора, анализа информации;
- разъяснить применение ситуационного подхода к планированию и оценке принимаемых управленческих решений.

Дисциплина «**Маркетинговые исследования**» преподается в 4 (очная форма обучения) и 6 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации	ПК-1.1. Знает методологию проведения оценочных исследований	07 Административно управленческая и офисная деятельность
			ПК-1.3. Владеет навыками использования современных инструментов проведения оценочных исследований	07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом
	Консалтинговые агентства	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован
			ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.	Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6.
	Линейные процессы управления в организации		ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.	Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или
			Бизнес-процессы управления в организации	
	08 Финансы и экономика (в			

исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы)	сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	результаты и использовать их для продвижения бренда		административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований,
- методику формирования выборки под различные цели исследования,
- содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований.

Уметь:

- применять теоретические знания на практике,
- проводить кабинетные исследования,
- проектировать содержание анкеты для различных маркетинговых задач и реализовать анкетирование,
- анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные.

Владеть:

- навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных,
- методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации,
- основными инструментами анализа внешней среды маркетинга.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,67	96	72
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,33	120	90
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	14	2	2	-	10
2.	Тема 2. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований	18	4	2	-	12
3.	Тема 3. Исследования внешней среды маркетинга	25	6	3	-	16
4.	Тема 4. Кабинетные исследования	20	4	2	-	14
5.	Тема 5. Полевые исследования	22	6	2	-	14
6.	Тема 6. Анкетирование как классический способ сбора маркетинговой информации.	25	6	3	-	16
7.	Тема 7. Обработка и анализ результатов исследований	20	4	2	-	14
	Итого	144	32	16	-	96
	Экзамен	36				
	ИТОГО	180				

Очно-заочная форма обучения4

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	14	1	1	-	12
2.	Тема 2. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований	18	2	1	-	15
3.	Тема 3. Исследования внешней среды маркетинга	25	3	2	-	20
4.	Тема 4. Кабинетные исследования	20	2	1	-	17
5.	Тема 5. Полевые исследования	23	3	1	-	19
6	Тема 6. Анкетирование как классический способ сбора маркетинговой информации.	24	3	1	-	20
7.	Тема 7. Обработка и анализ результатов исследований	20	2	1	-	17
	Итого	144	16	8	-	120
	Экзамен	36				
	ИТОГО	180				

4.2 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятия и сущность маркетинговых исследований

Определение маркетинговых исследований. История развития мировой и российской практики маркетинговых исследований. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Способы реализации маркетинговых исследований.

Тема 2. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований

Классификация маркетинговых исследований. Этапы планирования и проведения маркетинговых исследований. Сотрудничество с внешними исследовательскими компаниями для проведения маркетингового исследования. Методы обеспечения защиты от несанкционированного доступа к результатам маркетинговых исследований.

Тема 3. Исследования внешней среды маркетинга

Среда как объект маркетинговых исследований. Основные методы исследований макро- и микросреды маркетинга (PEST-анализ, пятифакторная модель конкуренции Портера, методы расчета ёмкости рынка, сегментирование потребителей). Основные методы исследования конкурентной среды.

Тема 4. Кабинетные исследования

Внутрифирменная и вторичная информация. Источники вторичной информации.

Тема 5. Полевые исследования

Особенности проведения полевых исследований. Наблюдения за потребителями. Методы опросов. Панельные исследования. Экспертиза в маркетинговых исследованиях. Экспериментальные исследования. Проективные методы исследований. Интернет-исследования. Ошибки при проведении полевых исследований.

Тема 6. Анкетирование как классический способ сбора маркетинговой информации.

Разработка анкет. Типы вопросов в анкете. Последовательность вопросов в анкете и ее структура. Методы распространения анкет. Проблемы измерения, возникающие в маркетинговых исследованиях. Понятие уровня измерения и шкалирования. Классификация шкал.

Тема 7. Обработка и анализ результатов исследований

Релевантность маркетинговой информации. Первичная обработка данных для анализа. Базовый анализ данных. Подготовка финального отчета по результатам маркетингового исследования.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7
	Знать:							
1	– основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований;	+	+		+	+		
2	– методику формирования выборки под различные цели исследования;						+	+
3	– содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований.		+		+			+
	Уметь:							
4	– применять теоретические знания на практике;	+		+		+		+
5	– проводить кабинетные исследования;				+			
6	– проектировать содержание анкеты для различных маркетинговых задач и реализовать анкетирование;						+	+
7	– анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные.			+		+	+	+
	Владеть:							
8	– навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных;		+		+			+
9	– методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации;			+	+	+	+	
10	– основными инструментами анализа внешней среды маркетинга.			+	+	+		
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>								
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК						
11	– ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации	– ПК-1.1. Знает методологию проведения оценочных исследований			+		+	+
		– ПК-1.3. Владеет навыками использования современных инструментов проведения оценочных исследований				+	+	
12	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей,	– ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований		+		+	+	

	анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товаров и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	– ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.	+	+					+
		– ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.			+	+	+	+	

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ темы дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание, виды и организация маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы	2
2	Тема 2. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований	Постановка маркетинговой проблемы. Разработка концепции и планирование маркетингового исследования	2
3	Тема 3. Исследования внешней среды маркетинга	Сбор и обработка информации о конкурентах. Оценка емкости и доли рынка, исходя из доступной в учебных условиях информации. Осуществление первичной сегментации рынка	3
4	Тема 4. Кабинетные исследования	Поиск и анализ вторичных данных о целевом рынке из Росстата (ЕМИСС), отраслевой статистики, «готовых отчетов».	2
5	Тема 5. Полевые исследования	Методики проведения фокус-групповых исследований, глубинных интервью, формализованных интервью.	2
6	Тема 6. Анкетирование как классический способ сбора маркетинговой информации.	Разбор этапов разработки анкет, шкал, методик формирования выборки; реализация онлайн анкетирования с помощью специализированных интернет-платформ.	3
7	Тема 7. Обработка и анализ результатов исследований	Базовые инструменты работы с первичными данными, применение описательной статистики к первичным данным; подготовка отчета по результатам анкетирования.	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ темы дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание, виды и организация маркетинговых исследований. Маркетинговые информационные системы	1
2	Тема 2. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований	Постановка маркетинговой проблемы. Разработка концепции и планирование маркетингового исследования	1
3	Тема 3. Исследования внешней среды маркетинга	Сбор и обработка информации о конкурентах. Оценка емкости и доли рынка, исходя из доступной в учебных условиях информации. Осуществление первичной сегментации рынка	2
4	Тема 4. Кабинетные исследования	Поиск и анализ вторичных данных о целевом рынке из Росстата (ЕМИСС), отраслевой	1

		статистики, «готовых отчетов».	
5	Тема 5. Полевые исследования	Методики проведения фокус-групповых исследований, глубинных интервью, формализованных интервью.	1
6	Тема 6. Анкетирование как классический способ сбора маркетинговой информации.	Разбор этапов разработки анкет, шкал, методик формирования выборки; реализация онлайн анкетирования с помощью специализированных интернет-платформ.	1
7	Тема 7. Обработка и анализ результатов исследований	Базовые инструменты работы с первичными данными, применение описательной статистики к первичным данным; подготовка отчета по результатам анкетирования.	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Для текущего контроля предусмотрена 1 практическая работа и 1 курсовая работа. Максимальная оценка за практическую работу - 20 баллов. Максимальная оценка за курсовую работу оценивается в 40 баллов, экзамен – 40 баллов.

8.1. Примерная тематика курсовых работ.

В рамках освоения дисциплины *«Маркетинговые исследования»* предусмотрено выполнение курсовой работы по следующим темам:

1. Маркетинговое исследование рынка онлайн-образования (в разных источниках можно искать в контексте термина «EdTech» - Educational technology, дословно, образовательные технологии);
2. Маркетинговое исследование рынка промышленной робототехники;
3. Маркетинговое исследование рынка промышленных IoT-решений (IIoT,

Industrial Internet of Things Промышленный/Индустриальный Интернет Вещей);

4. Маркетинговое исследование рынка бытовых IoT-приборов;
5. Маркетинговое исследование рынка автомобилей с гибридным двигателем (в т.ч. электромобили);
6. Маркетинговое исследование рынка бытовой химии;
7. Маркетинговое исследование рынка 3d принтеров;
8. Маркетинговое исследование рынка станков с ЧПУ;
9. Маркетинговое исследование рынка квадрокоптеров;
10. Маркетинговое исследование рынка персональных компьютеров;
11. Маркетинговое исследование рынка углеродного волокна (карбон) и изделий из него;
12. Маркетинговые исследования рынка пластмасс;
13. Маркетинговые исследования рынка азотных минеральных удобрений;
14. Маркетинговые исследования рынка калийных минеральных удобрений;
15. Маркетинговые исследования рынка фосфорных и комплексных минеральных удобрений;
16. Маркетинговые исследования рынка синтетического каучука и шин;
17. Маркетинговые исследования рынка нефтепродуктов;
18. Оценка емкости и потенциала рынка промышленных и бытовых лаков и красок;
19. Исследование потребителей и особенностей спроса на товары и услуги промышленности бытовой химии;
20. Анализ конкурентной среды предприятия химической отрасли (на примере конкретного предприятия);
21. Маркетинговые исследования рынка продукции малотоннажной химии;
22. Анализ рынка оборудования для производства полимерных материалов и изделий;
23. Маркетинговое исследование рынка косметических средств и парфюмерных товаров;
24. Маркетинговые исследования на рынке автопокрышек среди ведущих брендов;
25. Анализ рынка технологий и оборудования лесохимического производства;
26. Маркетинговые исследования рынка биологически активных добавок растительного происхождения;
27. Маркетинговые исследования рынка биологически активных добавок животного происхождения.

Максимальная оценка за курсовую работу – 40 баллов.

8.2. Примеры вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Раздел 1

Вопросы и задания для подготовки к практическим занятиям

Тема1. Понятия и сущность маркетинговых исследований

1. Что такое маркетинговые исследования?
2. Каковы основные предметы изучения при проведении маркетинговых исследований?
3. Какие основные этапы развития мирового рынка маркетинговых исследований?
4. В чем заключаются цели маркетинговых исследований?
5. Каково назначение маркетинговых исследований?
6. Каковы основные принципы, на которых базируются маркетинговые исследования?
7. Какие основные функции выполняют маркетинговые исследования?

8. Каковы существующие способы реализации маркетинговых исследований, их преимущества и недостатки?

Тема 2. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований

1. Какова классификация маркетинговых исследований по назначению (характеру применения), в чем их особенности?
2. В чем отличия поисковых и окончательных исследований?
3. С помощью каких исследований собирается первичная и вторичная маркетинговая информация?
4. Из каких основных стадий состоит процесс проведения маркетинговых исследований?
5. Каковы этапы проведения маркетинговых исследований на каждой из стадий?
6. Из каких подэтапов состоит этап постановки маркетинговой проблемы на анализ?
7. Что такое рабочий инструментарий маркетингового исследования?
8. Что входит в состав комплекта рабочего инструментария?
9. Каковы цели пилотирования рабочего инструментария?
10. В чем состоят основные правила пилотирования?
11. В каких случаях не имеет смысла проводить маркетинговые исследования в компании?
12. Каковы причины, вынуждающие производственно-торговые компании привлекать сторонние исследовательские агентства для проведения маркетинговых исследований по их заказу?
13. Через какие этапы отбора исследовательских компаний необходимо пройти на тендерной стадии исследования?
14. Каковы критерии селективного отбора участников тендера на каждой из стадий до договорного отбора?
15. Из каких блоков должен состоять ресерч-бриф на проведение маркетингового исследования для внешнего исполнителя?
16. Каковы основные подходы сокращения бюджета на проведения маркетинговых исследований?
17. Каковы ключевые условия эффективного сотрудничества с внешней исследовательской компанией при проведении маркетингового исследования?
18. Какими методами возможно обеспечить простейшую защиту результатов маркетингового исследования от несанкционированного доступа к ней?
19. В чем особенности этического исследовательского кодекса ESOMAR, каковы его ключевые положения для исследователей, заказчиков и респондентов?

Тема 3. Исследования внешней среды маркетинга

1. Какие существуют виды маркетинговых сред? Дайте им характеристику.
2. Каково главное назначение и основные задачи маркетингового исследования макросреды?
3. Каковы основные факторы макросреды, раскройте их возможное влияние на исследуемую отрасль и конкретную компанию?
4. В чем особенность метода PEST-анализа, как он реализуется в матричном виде?
5. Каков принцип работы пятифакторной модели конкуренции Портера?
6. Как определить понятие емкости рынка, уровни его измерения?
7. Для чего необходимо измерять емкость рынка при проведении маркетингового исследования?
8. Как можно рассчитать рыночный потенциал?
9. Каковы возможные методы расчета емкости рынка при проведении исследований? Приведите примеры расчетов для выбранных рынков.

10. В чем особенность сегментации рынка, по каким признакам проводится сегментация на потребительском рынке и рынке организаций, какие переменные присущи каждому признаку сегментации?

11. Как можно охарактеризовать стадии процесса сегментации? Их особенности.
12. Какие признаки профилирования базового рынка?
13. Какие отличия типов микросегментации?
14. Как можно определить понятия «кластер» и «кластеризация»?
15. Сколько основных стратегий охвата целевого рынка? Дайте им характеристику.
16. Каковы этапы процедуры сегментации и выбора целевого сегмента рынка в последовательности проведения в рамках маркетингового исследования?
17. Какие основные блоки информации по конкурентам собираются в ходе маркетингового исследования?
18. Каковы основные группы методов получения информации о конкурентах?
19. Каковы основные источники вторичной маркетинговой информации о конкурентах компании?
20. Какие можно привести примеры легенд для сбора информации по конкурентам в ходе маркетингового исследования?
21. Каковы известны способы стимулирования готовности респондентов легендированных интервью отвечать на поставленные вопросы?
22. Какие существуют методы полевого сбора информации о конкурентах?
23. В чем особенность метода мистери-шоппинга для сбора информации о конкурентах и какие трудности могут возникать в ходе его проведения?
24. Какие основные условия проведения и возможные области применения мистери-шоппинга в исследованиях розничного рынка?
25. В чем особенности проведения мистери-шоппинга на корпоративном рынке?
26. Какие определения можно дать терминам «относительная доля рынка» и «уровень концентрации в отрасли»?
27. Какие существуют виды, этапы и особенности проведения бенчмаркинга?
28. В чем особенности и цели построения региональной ассортиментной матрицы и ценового мониторинга конкурентов?
29. В чем отличие конкурентоспособности организации от конкурентоспособности продукции?

Тема 4. Кабинетные исследования

1. Что включает в себя внутрифирменная информация при проведении маркетингового исследования?
2. Каковы достоинства и недостатки внутрифирменной и вторичной информации для проведения маркетинговых исследований?
3. Какую информацию называют «мягкой» и «жесткой»?
4. Каковы основные источники информации для маркетингового исследования?
5. Какие виды «готовых» отчетов используются в качестве вторичной информации, в чем их особенности?
6. Что такое панельное исследование?
7. Какие типы исследовательских панелей существуют в практике исследований?
8. Какова формулировка понятия «клиппинг»?

Тема 5. Полевые исследования

1. На какие группы делятся полевые исследования?
2. Как провести сравнительный анализ качественных и количественных исследований?
3. На какие группы делятся качественные методы полевых исследований?

4. В каких случаях используют легендированные методы полевых исследований, в чем их особенность?
5. Каковы цели метода наблюдений? Преимущества и недостатки метода.
6. По каким признакам классифицируются формы наблюдений?
7. Какие бланки для регистрации наблюдений применяются в практике маркетинговых исследований, в чем их особенности?
8. Каковы основные маркетинговые проблемы, требующие проведения опросов при проведении маркетинговых исследований?
9. Какие задачи решаются методами интервью, в чем преимущества и недостатки этих методов?
10. Какие основные формы личных формализованных интервью, в чем принципиальное различие глубинных интервью и личных формализованных?
11. Каковы преимущества и недостатки телефонных интервью?
12. Каковы основные области применения фокус-групп в маркетинговых исследованиях, в чем особенности правильного построения метода фокус-групп, основные сложности и уязвимые места при их проведении?
13. Каковы особенности панельных исследований, какие задачи они могут решать?
14. Каковы основные типы существующих панелей, цели их формирования?
15. Какова классификация экспериментов согласно американской системе, какие существуют типы экспериментов, в чем их особенности?
16. В чем суть классификации тестирования рынка, особенности внутренней и внешней достоверности экспериментов?
17. Для каких целей используются проективные методы исследований, на какие группы они делятся, каковы их особенности, какие проективные методы используются при исследованиях брендов?
18. Какие возможности предоставляют исследователям онлайн фокус-группы, в каких видах и областях можно реализовывать онлайн фокус-группы?
19. Из каких этапов состоят исследования интернет-магазинов, какая информация выявляется в процессе исследования посетителей интернет-магазинов, какие стратегические решения могут приниматься по итогам исследований интернет-магазинов?
20. В чем особенности и преимущества использования исследований интернет-этнографии?

Тема 6. Анкетирование как классический способ сбора маркетинговой информации.

1. Какие виды опросов используются в маркетинговых исследованиях?
2. Каковы основные достоинства и недостатки анкетирования, какие существуют варианты распространения анкет при реализации метода анкетирования?
3. Каковы этапы разработки анкеты, из каких частей состоит типовая структура анкеты, каково назначение каждой ее части?
4. В чем особенности, достоинства и недостатки открытых и закрытых вопросов при разработке анкеты, какие существуют основные типы закрытых вопросов? Приведите примеры их реализации в анкете.
5. Что такое генеральная совокупность и ее выборка, какие ошибки при формировании выборки могут возникать у исследователей?
6. Какие существуют типы выборки и последовательные этапы ее построения, которые используются при проведении полевых исследований?
7. Какие требования должны предъявляться к респондентам для получения статуса эксперта, какими методами необходимо осуществлять их поиск?
8. Как описать количественные методы, применяемые при изучении имиджа бренда?

9. Какие достоинства и дополнительные возможности предоставляют интернет-исследования, в чем состоят основные недостатки и ограничения применения исследований в Интернете, каковы особенности интернет-опросов?

10. Каковы основные источники информации для интернет-исследований?

Тема 7. Обработка и анализ результатов исследований

1. Каково определение релевантности маркетинговой информации? Перечислите ее основные параметры.

2. В чем состоят типовые нарушения в заполнении анкет, выявляемые в ходе первичной обработки данных?

3. Из чего состоит этап преобразования информации, каковы его функции?

4. В чем особенность базового анализа данных?

5. Каков принцип расчета частотных распределений?

6. Каковы основные типы статистических характеристик изучаемой переменной?

7. В чем особенность расчета кросс-табуляции?

8. Каково назначение и особенности метода SWOT-анализа как одного из результирующих методов маркетинговых исследований?

9. Каковы этапы реализации метода SWOT-анализа, состав матриц, задачи, решаемые на каждом из этапов?

10. На какие вопросы помогает ответить метода SWOT-анализа?

11. Какие основные правила необходимо соблюдать при проведении SWOT-анализа?

12. В чем особенности построения стратегических матриц возможностей и угроз, каковы их цели?

В течение семестра выполняется 1 практическое задание и одна курсовая работа.

Примерная тематика практических заданий:

Практическое задание №1. Максимальная оценка 10 баллов.

Разработка анкеты.

Обучающиеся регистрируются на <https://www.survio.com/ru/>

Изучают руководство «Типы вопросов» («звездная шкала», «разделение баллов», «семантический дифференциал», «вопрос на упорядочение», «текстовый ответ» и др.) <https://www.survio.com/ru/podderzhka/f43000209724>

Изучают руководство «Настройки опроса»: базовые настройки опроса и безопасность опроса <https://www.survio.com/ru/podderzhka/f43000401779>

Создают анкету (можно воспользоваться существующим шаблоном, предоставляемым платформой, при этом необходимо радикально изменить формулировки вопросов, их содержание, последовательность, оформление и т.п.).

Структура анкеты – до 17 вопросов с учетом фильтрующих вопросов и «паспортички»:

- 3-4 вопроса фильтрующих,
- 3-4 вопроса в паспортике,
- 10 основных вопросов.

В анкете должна присутствовать информация, направленная на формирование доверия к опросу.

В анкете должны присутствовать следующие типы вопросов:

- открытые и закрытые;
- прямые и косвенные;
- основные, фильтрующие, зондирующие, детекторные (контрольные).

В учебных целях, по возможности, использовать как можно больше видов закрытых вопросов: альтернативный, многовариантный, вопрос со шкалой Лайкерта, с

семантическим дифференциалом, шкалой важности, оценочной шкалой, шкалой заинтересованности.

Особое внимание необходимо обратить на раздаточный материал «Вопросы анкеты закрытого типа и нюансы создания анкеты», с целью недопущения ошибок в формулировках.

По завершении создания анкеты необходимо ее распространить в социальных сетях (не менее 30 человек).

Результатом работы является рабочая ссылка на анкету и выгруженная присланный отчет (аналитическая записка) с сайта с комментариями студента по каждому вопросу.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (4 семестр – экзамен (очная форма), 6 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по четырем разделам рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины **«Маркетинговые исследования»:**

1. Сущность, цели, задачи и функции маркетинговых исследований.
2. Основные направления маркетинговых исследований: исследование рынка, исследование сбыта, исследование потребительских свойств товара, исследование рекламы, экономический анализ, мотивационный анализ.
3. Основные способы реализации маркетинговых исследований, их преимущества и недостатки.
4. Характеристика основных этапов планирования и проведения маркетингового исследования.
5. Классификация маркетинговых исследований, их краткая характеристика.
6. Первичные и вторичные источники маркетинговой информации, их достоинства и недостатки.
7. Понятие маркетинговой информационной системы (МИС). Характеристика основных подсистем в структуре МИС предприятия. Роль CRM-систем в МИС.
8. Внешняя среда как объект маркетинговых исследований. Виды маркетинговых сред.
9. PEST, STEP и PESTLE – анализ как основные инструменты изучения макросреды маркетинга.
10. Пятифакторная модель конкуренции М. Портера как инструмент анализа конкурентного окружения.
11. Бенчмаркинг как метод исследования конкурентной среды.
12. Формирование ассортиментной матрицы и ценовой мониторинг конкурентов.
13. Основные блоки информации, собираемые о конкурентах в рамках маркетингового исследования; группы показателей для осуществления сравнительного анализа конкурентов. Группы источников вторичной информации о конкурентах.
14. Характеристика основных способов расчета ёмкости рынка. Реальная и потенциальная ёмкость рынка, рыночный потенциал.
15. Методика проведения, преимущества и недостатки и основные случаи применения hall и home-тестов.
16. Преимущества и недостатки интернет-опроса. Функциональные возможности и особенности современных платформ для анкетирования Survio, Survey Monkey, Google Forms, и др.

17. Эффективность и целесообразность применения CATI - Computer Assisted Telephone Interview для телефонных опросов.
18. Эксперимент как средство сбора данных для маркетингового исследования, примеры экспериментов.
19. Панельные исследования. Типы исследовательских панелей.
20. Релевантность маркетинговой информации. Характеристики релевантной
21. Сравнительные (шкалы парного сравнения, ранжированно-упорядоченные шкалы, шкалы с постоянной суммой) и несравнительные шкалы (шкала Лайкерта, семантическая дифференциальная шкала, шкала Степела). Примеры их реализации.
22. Базовый анализ данных. Общий вид данных при их выгрузке с онлайн-платформ для интернет-анкетирования. Сортировка и фильтр в MS Excel для реализации одномерного и комбинированного распределения при описании данных.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Экзамен по дисциплине «*Маркетинговые исследования*» проводится в 4 семестре (очная форма обучения), 6 семестре (очно-заочная форма обучения) и включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 теоретических вопросов, относящихся к указанным темам.

Пример билета для **экзамена**:

«Утверждаю» зав. каф. МиМ (Должность, наименование кафедры) Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2022г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации»
Маркетинговые исследования	
Билет № _	
1. Характеристика основных способов расчета ёмкости рынка. Реальная и потенциальная ёмкость рынка, рыночный потенциал.	
2. Методика проведения, преимущества и недостатки и основные случаи применения hall и home-тестов.	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15611-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509197>
2. Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3285-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/478126>
3. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043>

Б. Дополнительная литература

1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488325>
2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 595 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2878-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508855>
3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489480>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095.
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849.
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.
- Вестник McKinsey – Россия;
- Маркетинг в России и за рубежом;
- Эксперт;
- Секрет фирмы;
- Forbes.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

1. <http://www.fom.ru/>
2. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики;

3. www.marketing.ru – сайт содержит различные аспекты маркетинговой деятельности в России и за рубежом;
4. www.rectech.ru – сайт включает информацию о рыночной сфере и проведении маркетинговых исследований;
5. www.sostav.ru – сайт содержит информацию о предпочтениях покупателей, проведенных маркетинговых исследованиях и конъюнктуре рынка;
6. www.marketingandresearch.ru – сайт посвящен маркетинговым исследованиям;
7. www.marketing.spb.ru – сайты по практической деятельности в сфере маркетингу;
8. <http://www.marketingpower.com> – Американская ассоциация маркетинга;
9. <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту;
10. <https://www.biblio-online.ru> – электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»;
11. <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека eLibrary.ru

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;
- раздаточные материалы (предоставляется доступ к облачному хранилищу).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Маркетинговые исследования»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	<i>Знать:</i> – основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований. <i>Уметь:</i> – применять теоретические знания на практике.	Контрольные вопросы по разделу 1. Курсовая работа
Тема 2. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований	<i>Знать:</i> – основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований; – содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований. <i>Владеть:</i> – навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных.	Контрольные вопросы по разделу 2. Курсовая работа
Тема 3. Исследования внешней среды маркетинга	<i>Уметь:</i> – применять теоретические знания на практике; – анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные. <i>Владеть:</i> – методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации; – основными инструментами анализа внешней среды маркетинга.	Контрольные вопросы по разделу 3. Курсовая работа
Тема 4. Кабинетные исследования	<i>Знать:</i> – основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований; – содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований. <i>Уметь:</i> – проводить кабинетные исследования. <i>Владеть:</i> – навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных;	Контрольные вопросы по разделу 4. Курсовая работа

	– методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации; – основными инструментами анализа внешней среды маркетинга.	
Тема 5. Полевые исследования	<i>Знать:</i> – основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований. <i>Уметь:</i> – применять теоретические знания на практике; – анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные. <i>Владеть:</i> – методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации; – основными инструментами анализа внешней среды маркетинга.	Контрольные вопросы по разделу 5. Курсовая работа
Тема 6. Анкетирование как классический способ сбора маркетинговой информации.	<i>Знать:</i> – методику формирования выборки под различные цели исследования. <i>Уметь:</i> – проектировать содержание анкеты для различных маркетинговых задач и реализовать анкетирование; – анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные. <i>Владеть:</i> – методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации.	Контрольные вопросы по разделу 6. Практическое задание №1. Курсовая работа
Тема 7. Обработка и анализ результатов исследований	<i>Знать:</i> – методику формирования выборки под различные цели исследования; – содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований. <i>Уметь:</i> – применять теоретические знания на практике; – проектировать содержание анкеты для различных маркетинговых задач и реализовать анкетирование; – анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные.	Контрольные вопросы по разделу 7. Практическое задание №1. Курсовая работа. Оценка за экзамен

	<i>Владеть:</i> – навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

13 ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Маркетинговые исследования»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Международный маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена профессором кафедры менеджмента и маркетинга д.э.н.,
профессором Н.И. Гавриленко

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Международный маркетинг»** относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и маркетинга.

Цель дисциплины – вооружить обучаемых знаниями об особенностях маркетинговой деятельности организации на международных рынках, сконцентрировать их внимание на стержневых проблемах дисциплины, сформировать навыки проведения маркетинговых исследований на международных рынках, способствовать развитию культуры управленческого мышления при решении проблем международной предпринимательской деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучить роль и место международного маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятия (организации);
- исследовать сущность внешнеэкономической маркетинговой информации и основных ее потребителей на предприятии (организации);
- уметь рассчитывать основные маркетинговые и экономические показатели внешнеэкономической деятельности;
- применять основные положения и методы международного маркетинга при решении профессиональных задач;
- анализировать проблемы экономической и маркетинговой деятельности предприятия на международных рынках;
- сопоставлять основные показатели экономической и маркетинговой деятельности международных компаний;
- применять маркетинговые подходы при анализе мировых экономических явлений;
- практическое использование базовых знаний и методов международного маркетинга во внешнеэкономической деятельности предприятия (организации).

Дисциплина **«Международный маркетинг»** преподается в 8 семестре (очная форма обучения) и в 8 семестре (очно-заочная форма обучения). Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.3. Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	ПК-5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и совершенствование кросс-функционального процесса организации или
	Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			административного регламента организации.
Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы	ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе	ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с

комплекса маркетинга Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.	08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	исследования рыночной конъюнктуры.		ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности

Владение современными инструментами комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков;	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы

Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)			выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира;
- модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах;
- подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка.

Уметь:

- проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках;
- анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников;
- разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков.

Владеть:

- инструментами международного маркетинга;
- методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,35	48	36
Лекции	0,9	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,65	60	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		60	45
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,35	24	18
Лекции	0,9	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,65	84	63
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		84	63

Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	<i>1</i>	<i>0,4</i>	<i>0,3</i>
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Роль международного маркетинга в развитии предпринимательства	11	4	2	5
2.	Раздел 2. Экономическая среда международного маркетинга	7	2	2	5
3.	Раздел 3. Культурная среда и её роль в международном маркетинге	11	4	-	5
4.	Раздел 4. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности	11	4	2	5
5.	Раздел 5. Маркетинговые исследования зарубежных рынков	7	2	-	5
6.	Раздел 6. Способы взаимодействия с зарубежными партнёрами	7	2	-	5
7.	Раздел 7. Изучение зарубежного потребителя	7	2	-	5
8.	Раздел 8. Маркетинговые стратегии на международных рынках	7	2	-	5
9.	Раздел 9. Товарная политика фирмы: международный аспект	11	2	4	5
10.	Раздел 10. Ценовые стратегии фирм на международном рынке	7	2	-	5
11.	Раздел 11. Политика товародвижения и продаж на международном рынке	11	4	2	5
12.	Раздел 12. Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге	11	2	4	5
	ИТОГО	108	32	16	60
	Экзамен	36			
	ИТОГО	144			

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Роль международного маркетинга в развитии предпринимательства	10	2	-	7
2.	Раздел 2. Экономическая среда международного маркетинга	8	1	-	7
3.	Раздел 3. Культурная среда и её роль в международном маркетинге	10	2	-	7
4.	Раздел 4. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности	10	2	-	7
5.	Раздел 5. Маркетинговые исследования зарубежных рынков	8	1	-	7
6.	Раздел 6. Способы взаимодействия с зарубежными партнёрами	8	1	-	7
7.	Раздел 7. Изучение зарубежного потребителя	8	1	-	7
8.	Раздел 8. Маркетинговые стратегии на международных рынках	8	1	-	7
9.	Раздел 9. Товарная политика фирмы: международный аспект	10	1	4	7
10.	Раздел 10. Ценовые стратегии фирм на международном рынке	8	1	-	7
11.	Раздел 11. Политика товародвижения и продаж на международном рынке	10	2	4	7
12.	Раздел 12. Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге	10	1	-	7
	ИТОГО	108	16	8	84
	Экзамен	36			
	ИТОГО	144			

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Международный маркетинг» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Раздел 1. Роль международного маркетинга в развитии предпринимательства

Предмет, цели и задачи курса. Основные аспекты рассмотрения сущности международного маркетинга. Основные категории международного маркетинга.

Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства. Стадии перехода к международному маркетингу. Традиционный экспорт. Экспортный маркетинг. Международный маркетинг. Глобальный маркетинг (в сочетании с международным менеджментом).

Этапы интернационализации фирмы. Местная стадия развития. Начальная стадия интернационализации. Стадия развития. Стадия роста. Многонациональная стадия интернационализации. Влияние интернационализации производства на формы организации и стиль поведения фирм на международных рынках.

Место, роль и значение международного маркетинга в условиях рыночной экономики.

Роль международного маркетинга в экономическом развитии России. Ориентация российских фирм на внешние рынки. Формирование рыночной инфраструктуры и правового поля маркетинга.

Раздел 2. Экономическая среда международного маркетинга

Факторы, действующие в международном маркетинге. Контролируемые и неконтролируемые факторы. Виды конкурирующих сил, действующих на международных рынках.

Экономическая среда: классификация стран, отражающая их специфику и факторы конкурентоспособности.

Факторы конкурентоспособности: динамика экономики; промышленная эффективность; динамика рынка; финансовая динамика; человеческие ресурсы; государственное вмешательство; национальные ресурсы; внешняя ориентация; инновационная ориентация; социально-политический консенсус.

Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга. Виды торговых барьеров. Квоты на экспорт. Квоты на импорт. Преимущества и недостатки интернационализации фирмы.

Раздел 3. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге

Классификация культур: «Длина иерархической лестницы»; «Изображение состояния неопределенности»; «Индивидуализм»; «Маскулинизм». Атрибуты культуры и их проявления в международном маркетинге и бизнесе.

Состав культурной среды, влияющей на международный бизнес. Влияние характеристик национальных культур на эффективность менеджмента и маркетинга за рубежом.

Воздействие национальных культур на стиль поведения фирм на международных рынках.

Раздел 4. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности

Рынок и конъюнктура. Изучение товарной структуры рынка. Классификация рынков. Соотношение спроса и предложения на конкретном рынке. Общие и частные рыночные проблемы. Рынок отдельного товара. Модель изучения товарной структуры рынка. Доля рынка. Комплексное исследование рынка. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности. Оценка конъюнктуры рынка. Система показателей. Факторы формирования рыночной конъюнктуры.

Емкость рынка. Уровни емкости рынка: потенциальный и реальный. Системный подход к исследованию конъюнктуры. Прогноз конъюнктуры и конъюнктурная симптоматика. Анализ состояния международных рынков и тенденции их развития.

Раздел 5. Маркетинговые исследования зарубежных рынков

Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, функции, принципы, цели, задачи, объекты, методы, результаты.

Анализ состояния и тенденции развития зарубежного рынка. Особенности изучения конкурентов, потребителей, систем товародвижения и продаж, систем стимулирования сбыта и рекламы, политико-правовой среды, культуры, микро- и макросреды фирмы.

Основные стадии исследования рынка. Кабинетные и полевые исследования. Методы анализа потенциала фирмы, конкурентов, рынка, макросистемы.

Методы анализа оперативной деятельности фирмы: продукт-тест, тест цены, предварительный прогноз успеха (претест), контроль успеха (посттест).

Методы прогноза: количественные и качественные.

Классификация товарных рынков в международном маркетинге. Международные рынки: проблемы оценки и выбора.

Факторы, влияющие на измерение емкости рынка возможного экспорта.

Критерии привлекательности странового рынка: емкость рынка; рост странового рынка; структура потребителей; диапазон цен; покупательная способность потребителей: доступность рынка; политические и экономические риски страновых рынков.

Факторы, воздействующие на интенсивность конкуренции и влияющие на уровень конкурентоспособности фирм.

Раздел 6. Способы взаимодействия с зарубежными партнерами

Этапы развития организации маркетинга: экспортный отдел; международное отделение; многонациональная организация. Схемы функциональной и региональной структуры маркетинговых служб.

Уровень затрат, связанных с выходом на зарубежный рынок. Степень привлекательности инвестирования. Формы участия предпринимателей на международных рынках: экспорт; лицензирование и франчайзинг; совместные фирмы; стратегические союзы (альянсы); полностью собственные филиалы.

Формы и средства технологического обмена. Инфраструктура бизнеса. Особенности международной лицензионной торговли. Виды передачи технологий (ноу-хау).

Внутренний рынок лицензий в России. Патентные и беспатентные лицензии. Специфика экономических расчетов при купле-продаже лицензий.

Расчетная цена лицензии. Паушальные платежи. Продажная цена как база роялти. Процедура расчета цены лицензии и выбора видов лицензионных платежей. Валютная эффективность продажи лицензии.

Франчайзинг как форма партнерства с зарубежными фирмами. Варианты организации франчайзинга: классический, региональный, субфранчайзинг, развивающийся.

Объективные предпосылки развития системы франчайзинга в России.

Раздел 7. Изучение зарубежного потребителя

Типология потребностей человека. Международные организации-потребители: характеристика, виды, особенности. Особенности мотивации индустриального покупателя.

Индивидуальный потребитель: проблемы мотивации в различных странах. Особенности покупательского поведения потребителей различных стран.

Поведение покупателя как процесс решения проблемы выбора. Рациональный подход к решению проблемы. Модель атрибутивного товара фирмы. Методы измерения полезности мультиатрибутивного товара.

Меры реакции покупателей: познавательная, эмоциональная, поведенческая. Анализ привычных приемов при покупке. Анализ приверженности марке.

Особенности макро- и микросегментации зарубежного рынка: сущность, требования, подходы, принципы. Стратегии сегментации рынка. Построение сетки сегментации.

Описательная сегментация. Сегментация по выгодам. Поведенческая сегментация. Сегментация по стилю жизни VALS-1, VALS-2, Internet-VALS. Особенности сегментации рынков промышленных и потребительских товаров. Правила эффективной сегментации. Выбор целевых сегментов. Международная сегментация. Оценка привлекательности сегментов рынка. Стратегии позиционирования товара и фирмы на зарубежном рынке.

Раздел 8. Маркетинговые стратегии на международных рынках

Анализ конкурентоспособности фирмы на международном рынке. Расширенная концепция соперничества. Барьеры входа и выхода. Анализ конкурентных ситуаций. Механизм ценовой войны. Варианты конкурентного поведения. Анализ реакций конкурентов. Измерение рыночной силы. Компоненты международных маркетинговых стратегий: доминирующие принципы и ценности, цели, главные решения. Критерии классификации международных маркетинговых стратегий: происхождение и развитие фирмы, ее позиция на рынке, состояние рыночной конъюнктуры, маркетинговые приоритеты. Выбор стратегии маркетинга. Привлекательность базового рынка и конкурентная сила фирмы. Типология рынков товара. Основные сценарии развития. Индикаторы конкурентоспособности. Портфельный анализ направлений деятельности. Конкурентные стратегии. Стратегии международного развития. Развитие фирмы путем выпуска новых товаров. Оценка риска инноваций. Кривые «смертности» идей новых товаров. Организация процесса разработки нового товара. Партнерство на международном рынке. Согласование стратегий.

Раздел 9. Товарная политика фирмы: международный аспект

Международные аспекты товарной политики. Обязательная модификация экспортных товаров. Четыре варианта модификации. Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках. Расширение товарных рынков + расширение коммуникаций. Расширение товарных рынков + адаптация. Адаптация товара + расширение коммуникаций. Адаптация товара + адаптация коммуникаций. Стратегия разработки новых товаров. Сущность и критерии определения новых товаров. Позиционирование товара на международном рынке: сущность, цели, критерии. «*Portfolio*» – анализ и позиционирование товара. Ассортиментная политика фирмы на международном рынке: сущность, цели, задачи. Факторы, определяющие ассортимент продукции фирмы. Управление ассортиментом продукции фирмы в различных странах: сущность и проблемы. Стратегия разработки международного глобального продукта. Особенности организации международного распределения товаров с учетом тенденций глобализации. Особенности освоения зарубежного рынка новыми товарами отечественного производства. Основные принципы и задачи сервисной политики фирмы за рубежом. Особенности сервиса на различных зарубежных рынках.

Раздел 10. Ценовые стратегии фирм на международном рынке

Теоретические основы рыночного ценообразования. Адаптация цен с учетом эластичности спроса и других реакций зарубежного рынка на изменения цен. Понятие «воспринимаемая ценность» товара на зарубежном рынке. Ценовая и неценовая конкуренция на международных рынках. Разновидности конкурентных стратегий «цена – качество», их реализация на зарубежном рынке. Факторы, влияющие на уровень цен. Особенности ценообразования на различных международных рынках. Особенности установления экспортных цен в международной торговле. Виды цен: контрактные

цены, биржевые котировки и аукционные цены, справочные цены, цены прейскурантов, индексные цены, цены предложения и др.

Разновидности цен в зависимости от коммерческих условий поставки в соответствии с международной системой «ИНКОТЕРМС-90». Порядок расчета экспортной цены товара. Таможенные тарифы и платежи.

Цели ценовых стратегий. Основные ценовые стратегии: премиальных цен (защитных); исчерпания и проникновения; ценовой дифференциации. Гибкие ценовые стратегии. Связь ценовых решений с характером конкурентной среды. Предугадывание поведения конкурентов. Стратегии понижения цен. Стратегии повышения цен. Ценовое лидерство. Ценовые стратегии для новых товаров. Установление цены на гамму товаров.

Раздел 11. Политика товародвижения и продаж на международном рынке

Основные методы и системы сбыта на международном рынке. Планирование сбытовой политики фирмы на зарубежном рынке. Типы и функции посредников и каналов сбыта. Выбор посредника и факторы формирования сбытовой сети. Потоки распределения.

Критерии выбора каналов сбыта: масштаб и сила производителя, свойства товара, характеристики рынка, функционирование торговых каналов. Принятие решения о типе продаж. Формирование и управление каналами сбыта.

Стратегии охвата зарубежного рынка. Интенсивный, избирательный и эксклюзивный сбыт. Типы франшиз и их характеристики. Преимущества франшизера и покупателя франшизы.

Коммуникационные стратегии в канале сбыта: вталкивания, втягивания.

Коммерческие формы и методы реализации товара. Лизинг как форма сбыта продукции на международном рынке. Источники успеха в реализации товара на зарубежном рынке.

Создание климата продажи: сущность и основные подходы. Поиск клиентов по рекомендациям. Поиск клиентов без рекомендаций. Персональная работа с потенциальным клиентом. Умение продавать с помощью демонстрации и презентации вашего товара.

Оценка клиента – ключ к эффективной продаже. Обработка возражений клиента: сущность и основные приемы.

Методика преодоления спадов в торговле с зарубежным партнером.

Раздел 12. Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге

Структура и типы коммуникаций, особенности управления на международном рынке. Средства маркетинговых коммуникаций. Стратегии личной и безличной коммуникации. Расходы на коммуникацию.

Новые коммуникационные технологии. Процесс рекламной коммуникации. Цели рекламной коммуникации.

Уровни эффективности рекламной коммуникации. Планирование рекламной поддержки. Критерии выбора каналов. Определение рекламного бюджета. Определение бюджета торгового персонала.

Реклама и ее виды. Стимулирование сбыта. Сервисная политика. Прямые (персональные) продажи.

Связи с общественностью (*Public Relations* – PR) и другие формы коммуникаций. Цель, сферы, направления и объекты действия PR. Содержание PR-деятельности, ее инструменты и формы.

Функции и области применения публик рилейшнз и паблсити в экономике России.

Современные системы деловой коммуникации: основные элементы. Персональные контакты в маркетинге: их разновидности, сферы применения и инструментарий.

Комплексные формы коммуникаций. Ярмарки и выставки. Эффективная продажа. Совершенствование экспозиции. Культура международного маркетинга.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

[illegible]

	– УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	– УК-10.3. Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности												
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>														
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК												
1 3	– ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей	+				+		+	+	+	+	+	+
1 4	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую	– ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	+					+	+		+	+	+	+

	информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	– ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами;					+	+	+	+	+	+	+	+
		– ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+
1 5	– ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.	– ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений.	+				+		+	+	+	+	+	+
1 6	– ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой	– ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности							+	+	+	+	+	+

	деятельностью организации.	– ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	+	+	+		+	+	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Роль международного маркетинга в развитии предпринимательства	Развитие международного маркетинга в условиях санкций	2
2	Экономическая среда международного маркетинга Культурная среда и её роль в международном маркетинге	Учет влияния экономической и культурной среды в международном маркетинге	2
3	Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности	Особенности экономической конъюнктуры в условиях экономического кризиса и пандемии	2
4	Товарная политика фирмы: международный аспект	Управление товарной политикой фирмы на зарубежных рынках	4
5	Политика товародвижения и продаж на международном рынке	Формирование эффективной системы сбыта на международных рынках	2
6	Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге	Новые коммуникационные технологии в международном маркетинге	4

ОЧНО-ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Товарная политика фирмы: международный аспект	Управление товарной политикой фирмы на зарубежных рынках	4
2	Политика товародвижения и продаж на международном рынке	Формирование эффективной системы сбыта на международных рынках	4

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.
- подготовка к сдаче **экзамена** по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение реферативно-аналитической работы (максимальная оценка 10 баллов), практического задания (максимальная оценка 15 баллов), подготовки докладов и эссе (максимальная оценка 20 баллов), выполнения контрольной работы (максимальная оценка 15 баллов) и итогового контроля в форме **экзамена** (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Максимальная оценка работы – 10 баллов.

1. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства.
2. Стадии перехода к международному маркетингу.
3. Влияние интернационализации производства на формы организации и стиль поведения фирм на международных рынках.
4. Место, роль и значение международного маркетинга в условиях рыночной экономики.
5. Роль международного маркетинга в экономическом развитии России.
6. Транснациональный бизнес: сущность, виды, цели.
7. Тенденции развития и перспективы участия российских бизнес-структур в транснациональном бизнесе.
8. Факторы, действующие в международном маркетинге: контролируемые и неконтролируемые факторы.
9. Экономическая среда: классификация стран, отражающая их специфику и факторы конкурентоспособности.
10. Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга.
11. Иностраннные инвестиции как основное условие развития международного бизнеса в России.
12. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге.

13. Классификация культур: «Длина иерархической лестницы»; «Изображение состояния неопределенности»; «Индивидуализм»; «Маскулинизм».
14. Атрибуты культуры и их проявления в международном маркетинге и бизнесе.
15. Влияние характеристик национальных культур на эффективность менеджмента и маркетинга за рубежом.
16. Маркетинговые исследования и стратегии выхода на зарубежные рынки.
17. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности.
18. Анализ состояния международных рынков и тенденции их развития.
19. Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, функции, принципы, цели, задачи, объекты, методы, результаты.
20. Международные рынки: проблемы оценки и выбора.
21. Способы взаимодействия с зарубежными партнерами.
22. Внутренний рынок лицензий в России: сущность, специфика, проблемы.
23. Франчайзинг как форма партнерства с зарубежными фирмами.
24. Объективные предпосылки развития системы франчайзинга в России.
25. Совместное предпринимательство: характеристика и особенности.
26. Изучение зарубежного потребителя.
27. Индивидуальный потребитель: проблемы мотивации в различных странах. Особенности покупательского поведения потребителей различных стран.
28. Особенности макро- и микросегментации зарубежного рынка: сущность, требования, подходы, принципы.
29. Стратегии позиционирования товара и фирмы на зарубежном рынке.
30. Маркетинговые стратегии на международных рынках.
31. Анализ конкурентоспособности фирмы на международном рынке.
32. Партнерство на международном рынке. Согласование стратегий.
33. Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках.
34. Позиционирование товара на международном рынке: сущность, цели, критерии.
35. Ассортиментная политика фирмы на международном рынке: сущность, цели, задачи.
36. Стратегия разработки международного глобального продукта.
37. Особенности организации международного распределения товаров с учетом тенденций глобализации.
38. Ценовые стратегии фирм на международном рынке.
39. Адаптация цен с учетом эластичности спроса и других реакций зарубежного рынка на изменения цен.
40. Ценовая и неценовая конкуренция на международных рынках.
41. Особенности установления экспортных цен в международной торговле.
42. Виды цен: контрактные цены, биржевые котировки и аукционные цены, справочные цены, цены прейскурантов, индексные цены, цены предложения и др.
43. Разновидности цен в зависимости от коммерческих условий поставки в соответствии с международной системой «ИНКОТЕРМС».
44. Порядок расчета экспортной и импортной цены товара. Таможенные тарифы и платежи.
45. Основные методы и системы сбыта на международном рынке.
46. Планирование сбытовой политики фирмы на зарубежном рынке.
47. Стратегии охвата зарубежного рынка.
48. Источники успеха в реализации товара на зарубежном рынке.
49. Структура и типы коммуникаций, особенности управления на международном рынке.
50. Новые коммуникационные технологии и уровни эффективности рекламной

коммуникации.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Тема 1. Развитие международного маркетинга в условиях санкций

Подготовка доклада и эссе - максимальная оценка 5 баллов.

Тематика доклада, эссе.

1. Основные аспекты и категории международного маркетинга.
2. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства.
3. Стадии перехода к международному маркетингу.
4. Этапы интернационализации фирмы.
5. Влияние интернационализации производства на формы организации и стиль поведения фирм на международных рынках.

Тема 2,3. Учет влияния экономической и культурной среды в международном маркетинге

Подготовка доклада и эссе - максимальная оценка 5 баллов.

Тематика доклада, эссе.

6. Факторы, действующие в международном маркетинге. Контролируемые и неконтролируемые факторы.
7. Виды конкурирующих сил, действующих на международных рынках.
8. Экономическая среда: классификация стран, отражающая их специфику и факторы конкурентоспособности.
9. Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга.
10. Классификация культур: «Длина иерархической лестницы»; «Изображение состояния неопределенности»; «Индивидуализм»; «Маскулинизм».
11. Атрибуты культуры и их проявления в международном маркетинге и бизнесе.

Тема 4. Особенности экономической конъюнктуры в условиях экономического кризиса и пандемии

Практическое задание. Максимальная оценка 15 баллов.

- Провести изучение товарной структуры конкретного рынка (по выбору студента).
Провести анализ международных рынков для вхождения российской фирмы.
Оценить конъюнктуру международного рынка Европы, США, Латинской Америки.
Основные тенденции развития экономической конъюнктуры в конкретной области предпринимательства.
Провести оценку уровня емкости конкретного международного рынка.
Провести анализ состояния международных рынков и тенденции их развития.

Тема 9. Управление товарной политикой фирмы на зарубежных рынках

Подготовка доклада и эссе - максимальная оценка 5 баллов.

Тематика доклада, эссе.

1. Международные аспекты товарной политики.
2. Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках.
3. Позиционирование товара на международном рынке: сущность, цели, критерии.
4. Ассортиментная политика фирмы на международном рынке: сущность, цели, задачи.
5. Управление ассортиментом продукции фирмы в различных странах: сущность и проблемы.
6. Стратегия разработки международного глобального продукта.

Тема 11. Формирование эффективной системы сбыта на международных рынках

Подготовка доклада и эссе - максимальная оценка 5 баллов.

Тематика доклада, эссе.

1. Основные методы и системы сбыта на международном рынке.
2. Планирование сбытовой политики фирмы на зарубежном рынке.
3. Типы и функции посредников и каналов сбыта.
4. Выбор посредника и факторы формирования сбытовой сети.
5. Критерии выбора каналов сбыта: масштаб и сила производителя, свойства товара, характеристики рынка, функционирование торговых каналов.
6. Формирование и управление каналами сбыта.

Тема 12. Новые коммуникационные технологии в международном маркетинге

Контрольная работа в форме опроса. Максимальная оценка 15 баллов.

1. Роль международного маркетинга в развитии предпринимательства.
2. Стадии перехода к международному маркетингу.
3. Этапы интернационализации фирмы.
4. Место, роль и значение международного маркетинга в условиях рыночной экономики.
5. Факторы, действующие в международном маркетинге.
6. Экономическая среда: классификация стран, отражающая их специфику и факторы конкурентоспособности.
7. Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга.
8. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге
9. Воздействие национальных культур на стили поведения фирм на международных рынках.
10. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности
11. Анализ состояния международных рынков и тенденции их развития.
12. Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, функции, принципы, цели, задачи, объекты, методы, результаты.
13. Классификация товарных рынков в международном маркетинге. Международные рынки: проблемы оценки и выбора.
14. Критерии привлекательности странового рынка.
15. Способы взаимодействия с зарубежными партнерами
16. Этапы развития организации маркетинга фирмы при выходе на зарубежный рынок.
17. Формы участия предпринимателей на международных рынках.
18. Формы и средства технологического обмена.
19. Франчайзинг: сущность, виды, предпосылки развития в России.
20. Индивидуальный потребитель: проблемы мотивации в различных странах.
21. Особенности покупательского поведения потребителей различных стран.
22. Особенности макро- и микросегментации зарубежного рынка: сущность, требования, подходы, принципы.
23. Стратегии позиционирования товара и фирмы на зарубежном рынке.
24. Анализ конкурентоспособности фирмы на международном рынке.
25. Критерии классификации международных маркетинговых стратегий.
26. Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках.
27. Позиционирование товара на международном рынке: сущность, цели, критерии.
28. Ассортиментная политика фирмы на международном рынке: сущность, цели, задачи. Факторы, определяющие ассортимент продукции фирмы.

29. Особенности освоения зарубежного рынка новыми товарами отечественного производства.
30. Ценовые стратегии фирм на международном рынке
31. Ценовая и неценовая конкуренция на международных рынках. Особенности ценообразования на различных международных рынках.
32. Разновидности цен в зависимости от коммерческих условий поставки в соответствии с международной системой "ИНКОТЕРМС-90".
33. Политика товародвижения и продаж на международном рынке
34. Планирование сбытовой политики фирмы на зарубежном рынке.
35. Стратегии охвата зарубежного рынка.
36. Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге
37. Цель, сферы, инструменты, направления и объекты действия PR.
38. Особенности создания и организации деятельности транснациональных компаний (ТНК). Филиальная политика ТНК.
39. Инвестиционный и производственный потенциал ТНК. Инновационный потенциал малых ТНК: современные модификации.
40. Многонациональные корпорации: специфика и результативность бизнеса.
41. Глобальный бизнес как форма международного бизнеса и средство разрешения глобальных проблем: направления развития.
42. Особенности и преимущества промышленной кооперации. Классификации форм промышленной кооперации в разработках ЮНИДО, ЮНКТАД, ЕЭК ООН.
43. Активизация участия российских бизнес-структур в промышленной кооперации как условие повышения уровня их включения в международный бизнес.
44. Толлинг и оценка его возможностей. Российский опыт.
45. Роль международного предпринимательства в осуществлении качественных преобразований в мировом хозяйстве.
46. Признаки, формы, виды и принципы совместной предпринимательской деятельности.
47. Механизм совместного предпринимательства: структура и инструменты.
48. Виды и формы иностранных инвестиций в России: ожидания и действительность.
49. Оценка зарубежными партнерами рациональности их участия в иностранном бизнесе.
50. Тенденции развития иностранного бизнеса в России.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (8 семестр – экзамен (очная форма и очно-заочная форма)).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

Примерный перечень вопросов:

1. Предмет, цели и задачи курса. Основные категории международного маркетинга.
2. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства.
3. Стадии перехода к международному маркетингу.
4. Этапы интернационализации фирмы.
5. Влияние интернационализации производства на формы организации и стиль поведения фирм на международных рынках.
6. Особенности создания и организации деятельности транснациональных компаний (ТНК).

7. Инновационный потенциал малых ТНК: современные модификации.
8. Тенденции развития и перспективы участия российских бизнес-структур в транснациональном бизнесе.
9. Факторы, действующие в международном маркетинге: контролируемые и неконтролируемые факторы.
10. Экономическая среда: классификация стран, отражающая их специфику и факторы конкурентоспособности.
11. Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга.
12. Виды торговых барьеров.
13. Иностраннные инвестиции как основное условие развития международного бизнеса в России.
14. Специфика привлечения иностранных инвестиций: развернутая характеристика делового климата.
15. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге.
16. Классификация культур: «Длина иерархической лестницы»; «Изображение состояния неопределенности»; «Индивидуализм»; «Маскулинизм».
17. Атрибуты культуры и их проявления в международном маркетинге и бизнесе.
18. Маркетинговые исследования и стратегии выхода на зарубежные рынки.
19. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности.
20. Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, функции, принципы, цели, задачи, объекты, методы, результаты.
21. Основные стадии исследования рынка.
22. Методы анализа потенциала фирмы, конкурентов, рынка, макросистемы.
23. Методы анализа оперативной деятельности фирмы: продукт-тест, тест цены, предварительный прогноз успеха (претест), контроль успеха (посттест).
24. Классификация товарных рынков в международном маркетинге.
25. Международные рынки: проблемы оценки и выбора.
26. Способы взаимодействия с зарубежными партнерами.
27. Формы и средства технологического обмена.
28. Объективные предпосылки развития системы франчайзинга в России.
29. Совместное предпринимательство – высшая форма международного бизнеса.
30. Совместное предпринимательство: характеристика и особенности.
31. Общее и различия между классификациями промышленной кооперации различных организаций ООН.
32. Виды, возможности и преимущества международной кооперации.
33. Международная классификация кооперационных связей.
34. Сущность, отличительные черты и виды толлинга.
35. Индивидуальный потребитель: проблемы мотивации в различных странах.
36. Особенности макро- и микросегментации зарубежного рынка: сущность, требования, подходы, принципы.
37. Стратегии позиционирования товара и фирмы на зарубежном рынке.
38. Маркетинговые стратегии на международных рынках.
39. Анализ конкурентоспособности фирмы на международном рынке.
40. Механизм ценовой войны. Варианты конкурентного поведения.
41. Партнерство на международном рынке. Согласование стратегий.
42. Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках.
43. Позиционирование товара на международном рынке: сущность, цели, критерии.
44. Ассортиментная политика фирмы на международном рынке: сущность, цели, задачи.
45. Управление ассортиментом продукции фирмы в различных странах: сущность

и проблемы.

46. Стратегия разработки международного глобального продукта.
47. Особенности освоения зарубежного рынка новыми товарами отечественного производства.
48. Ценовые стратегии фирм на международном рынке.
49. Ценовая и неценовая конкуренция на международных рынках.
50. Особенности установления экспортных цен в международной торговле.
51. Разновидности цен в зависимости от коммерческих условий поставки в соответствии с международной системой «ИНКОТЕРМС».
52. Порядок расчета экспортной и импортной цены товара. Таможенные тарифы и платежи.
53. Основные методы и системы сбыта на международном рынке.
54. Планирование сбытовой политики фирмы на зарубежном рынке.
55. Стратегии охвата зарубежного рынка.
56. Лизинг как форма сбыта продукции на международном рынке.
57. Источники успеха в реализации товара на зарубежном рынке.
58. Структура и типы коммуникаций, особенности управления на международном рынке.
59. Связи с общественностью (*Public Relations* – PR) и другие формы коммуникаций: цель, сферы, направления и объекты действия PR.
60. Современные системы деловой коммуникации: основные элементы.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов к экзамену (8 семестр).

Экзамен по дисциплине «Международный маркетинг» проводится в 8 семестре (очная и очно-заочная форма обучения) и включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 вопросов, относящихся к указанным темам.

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» зав. каф. МиМ (Должность, наименование кафедры) _____ Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2022г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг»
	Международный маркетинг
Билет №8 1. Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, функции, принципы, цели, задачи, объекты, методы, результаты. 2. Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках.	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Диденко, Н. И. Международный маркетинг : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 409 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05071-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488897>

2. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Воробьева [и др.] ; под редакцией И. В. Воробьевой, К. .. Пецольдт, С. Ф. Сутырина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 398 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02455-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489324>

Б. Дополнительная литература

1. Международный маркетинг : учебник и практикум для вузов / А. Л. Абаев [и др.] ; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01169-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/498852> – 362 с.

2. Гавриленко Н.И. Маркетинг: учебник для вузов / Н.И. Гавриленко. - 4-е изд., стереотип. - М.: Академия, 2017. - 192 с.

3. Гавриленко Н.И., Губарева Т. В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие. 2-е изд. - М.: РХТУ, 2015. – 172 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- Журнал «Интернет-маркетинг». ISSN: 2619-1369;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.marketing.spb.ru> (Энциклопедия маркетинга)
- <http://www.4p.ru> (Статьи и материалы по оперативному маркетингу)
- <http://www.kommersant.ru> (Аналитические материалы о маркетинговой деятельности фирм на российском и зарубежном рынках)
- <http://www.cfin.ru/press/practical/1999-02/04.shtml> (Особенности потребительского поведения и привычек питания россиян в осенне-зимний период кризиса)
- <http://dis.ru/static/magaz/market/index.html> (Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»)
- Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>
- <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора
- <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
- <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека
- http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Международный маркетинг»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты догово- ра поставки	Количество лицен- зий	Срок окончания дей- ствия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом пе- рехода на обновлён- ную версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Rus- sian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом пе- рехода на обновлён- ную версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Роль международного маркетинга в развитии предпринимательства	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	Оценка за подготовку доклада, эссе
Раздел 2. Экономическая среда международного маркетинга	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; <i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	Оценка за подготовку доклада, эссе

Раздел 3. Культурная среда и её роль в международном маркетинге	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; <i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	Оценка за практическую работу
Раздел 4. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; <i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	Оценка за подготовку доклада, эссе Оценка за реферат
Раздел 5. Маркетинговые исследования зарубежных рынков	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах;	Оценка за подготовку доклада, эссе Оценка за реферат

	– подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	
Раздел 6. Способы взаимодействия с зарубежными партнёрами	<i>Знает:</i> – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	Оценка за подготовку доклада, эссе Оценка за реферат
Раздел 7. Изучение зарубежного потребителя	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках;	Оценка за подготовку доклада, эссе Оценка за реферат

	<i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	
Раздел 8. Маркетинговые стратегии на международных рынках	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	Оценка за подготовку доклада, эссе Оценка за реферат
Раздел 9. Товарная политика фирмы: международный аспект	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <i>Владеет:</i>	Оценка за подготовку доклада, эссе Оценка за реферат

	– инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	
Раздел 10. Ценовые стратегии фирм на международном рынке	<i>Знает:</i> – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	Оценка за подготовку доклада, эссе Оценка за реферат
Раздел 11. Политика товародвижения и продаж на международном рынке	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <i>Владеет:</i>	Оценка за подготовку доклада, эссе Оценка за реферат

	– инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	
Раздел 12. Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге	<i>Знает:</i> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <i>Умеет:</i> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <i>Владеет:</i> – инструментами международного маркетинга; – методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.	Оценка за контрольную работу Оценка за экзамен

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Международный маркетинг»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Методы принятия управленческих решений»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга,
П. А. Барабановым

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Методы принятия управленческих решений»** относится к вариативной части дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области принятия и реализации управленческих решений и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

Цель дисциплины – дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, сформировать умения и навыки работы в условиях рыночной экономики, позволяющие ускорить их профессиональную адаптацию к рыночным реалиям деятельности современных организаций и оптимизировать их деятельность, опираясь на последние достижения и передовой опыт в области разработки и принятия управленческих решений.

Задачи дисциплины:

- участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
- планирование деятельности организации и подразделений; формирование организационной и управленческой структуры организаций;
- организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- оценка эффективности управленческих решений;
- организация и ведение предпринимательской деятельности;
- изучение взаимосвязи процесса управления и управленческих решений;
- анализ внешней среды и определение степени ее влияния на реализацию альтернатив;
- изучение порядка контроля реализации управленческих решений;
- исследование классификации и типологии управленческих решений;
- умение определять условия и факторы обеспечения качества управленческих решений;
- изучить технологию разработки и ресурсное обеспечение управленческих решений;
- исследовать методологию процесса разработки решений;
- изучить основные модели и методы моделирования, используемые в процессе разработки управленческих решений;
- определять и систематизировать информационные условия разработки и реализации управленческих решений

- исследовать влияние системы мотивации персонала на подготовку и реализацию управленческих решений;
- изучить методы анализа альтернативных вариантов решений;
- уметь использовать способы и приемы повышения эффективности управленческих решений, контроля их реализации;
- уметь применять на практике основы теории разработки управленческих решений;
- отслеживать тенденции и прогнозировать изменения управленческих и хозяйственных ситуаций с целью оптимизации принимаемых управленческих решений;
- определять источники актуальной, полной и достоверной управленческой информации для подготовки решений;
- организовывать работу коллектива по разработке и реализации управленческих решений, как в условиях стабильности, так и в экстремальных ситуациях;
- рассчитывать эффективность принимаемых управленческих решений;
- осуществлять прогнозирование возникновения конфликтов и разрабатывать меры по их предупреждению в процессе подготовки управленческих решений;
- уметь использовать приемы обеспечения социальной и нравственно-этической ответственности при исполнении решений;
- формирование у студентов гуманитарного подхода к разработке и реализации управленческих решений, заключающегося в направлении решений на человека, на его личность, права, установки, ценности, интересы, мотивы и стимулы, на понимание роли и значения действий руководителей в процессах социального развития общества, а также уровня их моральной, этической и профессиональной ответственности за их подготовку и реализацию.

Дисциплина *«Методы принятия управленческих решений»* преподается в 5 семестре (очная форма обучения) и в 5 семестре (очно-заочная форма обучения). Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни; УК-6.3. Владеет навыками управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни;

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками,	ПК-3. Способен принимать управленческие решения	ПК-3.1. Знает виды управленческих решений и методы их принятия;	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации -6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации
			ПК-3.2. Умеет анализировать зоны ответственности заинтересованных сторон	
			ПК-3.3. Владеет навыками реализации управленческих решений и приемами мотивации	

конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- порядок формирования организационной и управленческой структуры организаций;
- основы организации работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
- порядок сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
- основы построения и поддержки функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
- методики оценки эффективности и порядок контроля реализации управленческих решений;
- классификации и типологии управленческих решений;
- технологию разработки и ресурсное обеспечение управленческих решений;
- основные модели и методы моделирования, используемые в процессе разработки управленческих решений;
- степень влияния системы мотивации персонала на подготовку и реализацию управленческих решений;
- тенденции и прогнозировать изменения управленческих и хозяйственных ситуаций с целью оптимизации принимаемых управленческих решений;
- источники актуальной, полной и достоверной управленческой информации для подготовки решений;
- основы прогнозирования возникновения конфликтов и разработки мер по их предупреждению в процессе подготовки управленческих решений.

Уметь:

- определять условия и факторы обеспечения качества управленческих решений;
- определять и систематизировать информационные условия разработки и реализации управленческих решений;
- использовать способы и приемы повышения эффективности управленческих решений, контроля их реализации;
- рассчитывать эффективность принимаемых управленческих решений;
- использовать приемы обеспечения социальной и нравственно-этической ответственности при исполнении решений;

Владеть:

- навыками анализа внешней среды и определения степени ее влияния на реализацию управленческих решений;
- методами анализа альтернативных вариантов управленческих решений;
- методами организации работы коллектива по разработке и реализации управленческих решений, как в условиях стабильности, так и в экстремальных ситуациях.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего		
	ЗЕ.	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,3	48	36
Лекции	0,9	32	24
Практические занятия	0,4	16	12
Самостоятельная работа:	1,7	60	45
Контактная самостоятельная работа	1,7	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8	44,85
Вид контроля: зачет/экзамен	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Историко-теоретические аспекты науки об управлении и управленческих решениях.	37	11	6	20
1.1	Возникновение науки об управлении.	13	4	2	7
1.2	Управленческие решения в системе управления.	13	4	2	7
1.3	Процесс подготовки и принятия управленческих решений.	11	3	2	6
2.	Раздел 2. Классификация и типология управленческих решений.	36	11	5	20
2.1	Классификация управленческих решений по Ю.А. Тихомирову.	13	4	2	7
2.2	Стратегия формирования решений.	13	4	2	7
2.3	Методологические основы управленческих решений.	10	3	1	6
3.	Раздел 3. Методы разработки управленческих решений.	35	10	5	20
3.1	Основные методы разработки управленческих решений. Метод причинно-следственного анализа (ПСА).	11	4	0	7
3.2	Сетевое моделирование (топологические методы) в разработке УР.	12	3	2	7
3.3	Экспертные методы принятия решения.	12	3	3	6
	ИТОГО	108	32	16	60

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Историко-теоретические аспекты науки об управлении и управленческих решениях.	37	6	3	28
1.1	Возникновение науки об управлении.	13	2	1	10
1.2	Управленческие решения в системе управления.	12	2	1	9
1.3	Процесс подготовки и принятия управленческих решений.	12	2	1	9
2.	Раздел 2. Классификация и типология управленческих решений.	36	5	3	28
2.1	Классификация управленческих решений по Ю.А. Тихомирову.	13	2	1	10
2.2	Стратегия формирования решений.	12	2	1	9
2.3	Методологические основы управленческих решений.	11	1	1	9
3.	Раздел 3. Методы разработки управленческих решений.	35	5	2	28
3.1	Основные методы разработки управленческих решений. Метод причинно-следственного анализа (ПСА).	12	2		10
3.2	Сетевое моделирование (топологические методы) в разработке УР.	12	2	1	9
3.3	Экспертные методы принятия решения.	11	1	1	9
	ИТОГО	108	16	8	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Историко-теоретические аспекты науки об управлении и управленческих решениях.

1.1. Возникновение науки об управлении.

Субъект и объект управления. Взгляды на управление в Др. Египте, Др. Греции, Италии, России. Наука об управлении, основные школы и направления.

Классификация организационно-управленческих принципов: общие исходные (базисные) принципы; принципы статического состояния организации (наивысшего приоритета цели, приоритета функций над структурой и субъекта управления над объектом); принципы динамического состояния организации (наивысшего приоритета персонала, приоритета структур над функциями, объекта управления над субъектом); принципы рационализации. Основные этапы (процедуры) преобразований. Взаимосвязь основных этапов (процедур) рационализации. Уровни управления: высший, средний и низший. Методы управления: административные, экономические, социально-психологические.

Функции менеджмента (управления): маркетинг, прогнозирование, планирование, организация, мотивация, инновация, анализ и учет, делегирование, принятие решений, контроль, регулирование (корректирование).

Основные подходы в менеджменте: системный, функциональный, административный, ситуационный, количественный, процессный.

Подсистемы менеджмента: целевая, обеспечивающая, функциональная, управляющая.

1.2. Управленческие решения в системе управления.

Роль и место управленческих решений в процессах управления организацией: основные понятия курса. Значение и функции управленческого решения. Взгляды специалистов в области управления Г. Саймона, Ф. Харрисона, О.С. Виханского, А.И. Наумова, М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоури, В.Н. Цыгичко и др.

Функции управленческого решения: стратегическая (направляющая), координирующая и мотивирующая.

Процесс управления и управленческие решения. Управленческое решение как: элемент множества возможных альтернатив; нормативный документ, регламентирующий деятельность системы управления; устные или письменные распоряжения о необходимости выполнения конкретного действия, операции, процесса; регламентируемая последовательность действий для достижения поставленной цели; нечто, отражающее осуществление поставленной цели (материальный объект, число, показатель и др.); реакция на раздражитель.

Особенности принимаемых решений в системах различного типа: в технической, биологической и социальной системах.

Принципиальная схема управленческого цикла. Определения понятия «управленческое решение». Признаки управленческого решения.

Основные аспекты управленческих решений: экономический, организационный, психологический. Особенности мышления ЛПР.

Структура управленческого решения. Требования к управленческим решениям и условия их достижения.

1.3. Процесс подготовки и принятия управленческих решений.

Модель процесса подготовки и принятия управленческих решений. Процесс принятия решений (ППР) как осуществление анализа важнейшей информации и выбор наиболее эффективного варианта из множества альтернатив.

Виды деятельности в ППР: нахождение причины принятия решения; нахождение возможных курсов действий; выбор среди этих курсов одного, наилучшего.

Факторы, влияющие на процесс принятия УР: технические, организационные, экономические, социальные, психологические и другие.

Два уровня принятия решения в организации. Блок-схема технологии разработки и организации выполнения управленческих решений. Традиционная схема разработки и реализации управленческих решений.

Этапы решения проблемы: уточнение задачи и выбор целей; перечисление или изобретение альтернатив; анализ альтернатив; выбор наилучшего решения; предоставление результатов.

Процесс принятия и реализации решений включает этапы: I - Анализ проблемной ситуации. II - Формулировка и обоснование проблемы. III - Сбор и анализ дополнительных данных для уточнения поставленной задачи и точная формулировка задачи. IV - Разработка возможных вариантов (альтернатив) решения задачи. V - Выбор окончательного варианта решения (сопоставление вариантов по критерию эффективности). VI - Разработка плана реализации решения. VII - Доведение до исполнителей (разъяснение, обучение, мотивация). VIII - Контроль и регулирование. IX - Внесение необходимых коррективов в решение. X - Подведение итогов и накопление опыта. Классификационное «дерево» задачи принятия решения (ЗПР) и методов их решения. Факторы, ограничивающие возможность выбора способов действий: экономические (ресурсы); технические, непосредственно связанные с инженерным анализом и выработкой требований к техническим характеристикам объектов (габариты, прочность, надежность, точность и т.д.); социальные.

Качественные критерии эффективности: качественный состав работников, авторитет руководителя, качество продукции. Формы разработки и реализации управленческих решений. Соотношение форм разработки и реализации управленческих решений.

Информационное обеспечение управленческих решений. Требования к информации. Методы сбора информации: неформальные и формальные. Проблемы перехода на новые информационные технологии (НИТ).

Раздел 2. Классификация и типология управленческих решений.

2.1. Классификация управленческих решений по Ю.А. Тихомирову. Особенности разработки управленческих решений в классификации В.С. Юкаевой: по источнику возникновения; по способу доведения; по субъекту, принимающему решения; по степени новизны (уникальности); по наличию информации; по методам разработки; по целевой направленности; по функциональному признаку (содержанию); решения по периодам действия.

Новые классификационные признаки в классификации управленческих решений (В.В. Ременников): степень повторяемости проблемы, значимость цели, прогнозируемые последствия и другие.

Восемь классификационных признаков в классификации УР О.Т. Лебедева и А.Р. Каньковской.

Классификация управленческих решений по Э.А. Смирнову, Р.А. Фатхутдинову.

Виды УР: уравновешенные, импульсивные, инертные, рискованные, осторожные решения. Стандартные, бинарные, многоальтернативные, инновационные решения.

Типология управленческих решений. Типология как научный метод, в основе которого расчленение систем объектов и их группировка с помощью обобщенной модели или типа. Формы, используемые типологией: тип, классификация, систематика.

Типы управленческих решений в зависимости от характера проблем и методов их разрешения: по степени формализации проблемы; по используемым методам; по творческому вкладу.

Четыре уровня решений в зависимости от творческого вклада менеджеров в их разработку: рутинные решения; селективные решения; адаптационные решения; инновационные решения.

2.2. Стратегия формирования решений.

Причины возникновения проблемных ситуаций: внешние и внутренние.

Внешние проблемы: проблемы, возникающие в связи с развитием международного сотрудничества; изменение ситуации на фондовых рынках; изменение налоговой политики государства; изменение условий инвестиционной деятельности; появление новых технологий производства продукции; изменение ситуации на рынках сбыта.

Внутренние проблемы: обеспечение подразделений необходимыми ресурсами; обеспечение необходимого уровня рентабельности производства; организация эффективного взаимодействия функциональных подразделений для решения стоящих перед организацией задач; реструктуризация организации; внедрение системы управления качеством продукции и т.д.

Свойства проблем: если это проблема, то ее обязательно следует решать; неповторимость ситуации выбора; наличие трудностей при рассмотрении альтернатив решения проблемы; неопределенность последствий принятия решения; необходимость учета множества факторов; присутствие человеческого фактора, а, следовательно, возможность проявления, субъективной аргументации по поводу выбора решений.

Общественная среда как трехмерное пространство с размещенными в нем видами ситуаций: степень неопределенности, динамики и степень сложности.

Механизм управления процессом решения проблем: предвидение проблемы; выявление проблемы; диагностика проблемы; систематизация и классификация проблем; выработка альтернативных вариантов управленческих решений; собственно, принятие управленческого решения; реализация принятых управленческих решений; контроль реализации управленческих решений.

Подходы к выработке управленческого решения. Процесс решения комплексной проблемы улучшения деятельности. Процесс нахождения принципиально нового решения: сущность и различия.

Приведение ситуаций к типовым задачам управления. Приемы для принятия решений в различных ситуациях: обращение к «эмпирическому правилу»; обращение к системе категорий; пренебрежение малозначащими величинами; приспособление к ближайшему горизонту планирования.

Формализация задачи принятия решений (ЗПР) и виды представления ситуации.

2.3. Методологические основы управленческих решений.

Системный подход к разработке управленческих решений. Диалектика - искусство вести и добиваться истины путем: столкновения противоположных мнений; раскрытия и преодоления противоречий в доводах противника.

Современная трактовка диалектического метода. Диапазон действия управленческого решения. Процедуры для реализации системного подхода при разработке и реализации управленческих решений: Выделение приоритетных и второстепенных элементов или процессов при разработке управленческих решений.

Согласование и корректировка элементов и их приоритетов, необходимых для разработки УР. Приближение процесса решения проблемных ситуаций к источникам информации об их возникновении и развитии.

Взаимосвязь типов управленческого процесса и УР. Взаимосвязи и взаимозависимость целей организации: противоречивость, комплементарность, иерархичность, индифферентность, конкурирующие цели.

Миссия как основная общая цель организации, причина ее существования.

Цели, стоящие перед организацией, определяются системой ценностей высшего руководства, миссией организации и реальными условиями ее функционирования.

Особенности целей (по масштабности, содержанию, временному признаку, объему затрат, ресурсоемкости и др.) диктуют способ их достижения.

Взаимосвязь целей и решений. Типы и методы решений для достижения разных видов целей.

Метод принятия решений «по оценке количественных показателей». Решение с двумя альтернативами. Рейтинговая система. Метод выбора решений, предложенный Б. Франклином.

Выбор вариантов управленческих решений: основные признаки.

Этапы правильного выбора при наличии нескольких альтернатив. Анализ альтернатив при разработке управленческих решений. Суждения о предпочтительности альтернатив выносятся по результатам их сравнения или оценки.

Эксперимент как метод выбора альтернативы. Решения, предполагающие определенную апробацию.

Критерии оценки решения: эффективность, фактор времени; ограничение - степень риска.

Модели принятия решений (влияние субъективного фактора): рациональная, ограниченно рациональная (личностно-ограниченная рациональность и организационно-ограниченная рациональность) и политическая.

Коллективное творчество при разработке и выборе решений: преимущества.

Определение относительной ценности альтернативных вариантов решений.

Раздел 3. Методы разработки управленческих решений.

3.1. Основные методы разработки управленческих решений. Метод причинно-следственного анализа (ПСА).

Виды реакции менеджера при необходимости исправить положение. Ошибка менеджеров в путанице с симптомами, причинами и следствиями.

Процесс формирования причинно-следственной цепи. Факторы, порождающие нежелательные результаты.

Аналитические, статистические и математические методы. Неформальные (эвристические) методы. Три части эвристического метода. Метод сценариев.

Активизирующие методы: методы психологической активизации; методы подключения новых интеллектуальных источников.

Психологические методы: конференции идей; методы мозговой атаки; методы вопросов и ответов.

Методы подключения новых интеллектуальных источников: теоретико-игровой метод; метод наставничества; работа с консультантами.

Метод «дерева» решений. «Дерево» решений – это схематичное представление проблемы принятия решений. Общая идея метода «дерева» решений.

«Дерево» решений под любые ситуации: простые и сложные.

3.2. Сетевое моделирование (топологические методы) в разработке УР.

Теории сетевых методов планирования и управления.

Построение графических моделей управляемых систем на основе линейных календарных планов или ленточных диаграмм Генри Гантта. Основные недостатки диаграмм Г. Гантта и других ленточных графиков.

Измененная система PERT, получившая в России название системы СПУ (сетевое планирование и управление). Система СПУ и ее особенности. СПУ — это системы планирования комплекса работ, ориентированные на достижение конечной цели в установленные сроки.

СПУ - как метод кибернетического подхода к управлению сложными динамическими системами с целью обеспечения определенных оптимальных показателей. Показатели: минимальное время выполнения всего комплекса работ; минимальная стоимость комплекса работ; максимальная экономия ресурсов и т.д.

Достоинства и недостатки системы сетевого планирования и управления.

Основные понятия и определения в СПУ. Сетевой график (сетевая модель, «сеть»). Граф. Путь. Ребра.

В сетевом графике три основных понятия: работа, событие и путь.

Работа и фиктивная работа. Событие как результат произведенных работ.

Элементы сетевого графика (схемы). Правила изображения взаимосвязи кружков и стрелок, являющихся графическими символами сетевой модели.

Длина пути как сумма продолжительности лежащих на нем работ.

Расчет параметров сетевого графика (сетевой модели) для принятия управленческих решений. Формирование временных оценок. Корректировка и оптимизация сетевых графиков. Корректировка сети по критерию «время».

Методы приведения сетевого графика в соответствие с заданными сроками.

Корректировка сети по критерию «людские ресурсы».

3.3. Экспертные методы принятия решения.

Роль и значение экспертных оценок в процессе разработки УР. Формирование экспертной комиссии.

Направления применения экспертных оценок: Определение целей. Экспертный прогноз.

Сценарии ожидаемого развития ситуации. Генерирование альтернативных вариантов.

Определение рейтингов. Оценочные системы. Принятие коллективных решений.

Особенности коллективной экспертизы. Свойства коллективных решений.

Сущность и особенности метода экспертных оценок. Функции экспертов.

Типовые задачи, решаемые методом экспертных оценок. Разновидности метода экспертных оценок. Проблемы при использовании метода экспертных оценок.

Подбор экспертов и формирование экспертных групп: проблемы достоверности и затрат.

Характеристики экспертов и группы экспертов. Характеристики экспертов с точки зрения оценки качества решения проблемы.

Зависимость достоверности экспертного оценивания от количества экспертов для задач первого и второго класса.

Проведение опроса экспертов: сущность, содержание и проблемы. Виды коллективного и индивидуального опроса экспертов. Сравнительная характеристика методов опроса экспертов. Обработка результатов и оценка согласованности мнений экспертов.

Причины, снижающие точность экспертных оценок.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	– порядок формирования организационной и управленческой структуры организаций;	+	+	
2	– основы организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;		+	+
3	– порядок сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;	+	+	
4	– основы построения и поддержки функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;		+	+
5	– методики оценки эффективности и порядок контроля реализации управленческих решений;		+	+
6	– классификации и типологии управленческих решений;		+	+
7	– технологию разработки и ресурсное обеспечение управленческих решений;		+	+
8	– основные модели и методы моделирования, используемые в процессе разработки управленческих решений;		+	+
9	– степень влияния системы мотивации персонала на подготовку и реализацию управленческих решений;	+	+	
10	– тенденции и прогнозировать изменения управленческих и хозяйственных ситуаций с целью оптимизации принимаемых управленческих решений;		+	
11	– источники актуальной, полной и достоверной управленческой информации для подготовки решений;	+		
12	– основы прогнозирования возникновения конфликтов и разработки мер по их предупреждению в процессе подготовки управленческих решений.		+	+
	Уметь:			
13	– определять условия и факторы обеспечения качества управленческих решений;		+	
14	– определять и систематизировать информационные условия разработки и реализации управленческих решений;	+		
15	– использовать способы и приемы повышения эффективности управленческих решений, контроля их реализации;	+		

16	–	рассчитывать эффективность принимаемых управленческих решений;		+	+
17	–	использовать приемы обеспечения социальной и нравственно-этической ответственности при исполнении решений;		+	+
		Владеть:			
18	–	навыками анализа внешней среды и определения степени ее влияния на реализацию управленческих решений;		+	+
19	–	методами анализа альтернативных вариантов управленческих решений;	+	+	+
20	–	методами организации работы коллектива по разработке и реализации управленческих решений, как в условиях стабильности, так и в экстремальных ситуациях.		+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование УК		Код и наименование индикатора достижения УК		
21	–	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знает основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни;	+	+
			УК-6.3. Владеет навыками управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социо-культурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни;	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование ПК		Код и наименование индикатора достижения ПК		
22	–	ПК-3. Способен принимать управленческие решения	– ПК-3.1. Знает виды управленческих решений и методы их принятия;	+	+
			– ПК-3.2. Умеет анализировать зоны ответственности заинтересованных сторон	+	+
			– ПК-3.3. Владеет навыками реализации управленческих решений и приемами мотивации	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине. Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Взаимосвязь основных этапов (процедур) рационализации. Методы управления: административные, экономические, социально-психологические.	2
2	1	Особенности принимаемых решений в системах различного типа: в технической, биологической и социальной системах. Принципиальная схема управленческого цикла. Определения понятия «управленческое решение». Признаки управленческого решения.	2
3	1	Этапы решения проблемы: уточнение задачи и выбор целей; перечисление или изобретение альтернатив; анализ альтернатив; выбор наилучшего решения; предоставление результатов. Информационное обеспечение управленческих решений. Требования к информации. Методы сбора информации: неформальные и формальные. Проблемы перехода на новые информационные технологии (НИТ).	2
4	2	Типы управленческих решений в зависимости от характера проблем и методов их разрешения: по степени формализации проблемы; по используемым методам; по творческому вкладу.	2
5	2	Общественная среда как трехмерное пространство с размещенными в нем видами ситуаций: степень неопределенности, динамики и степень сложности.	2
6	2	Приемы для принятия решений в различных ситуациях: обращение к «эмпирическому правилу»; обращение к системе категорий; пренебрежение малозначащими величинами; приспособление к ближайшему горизонту планирования.	1
7	3	Методы приведения сетевого графика в соответствие с заданными сроками. Корректировка сети по критерию «людские ресурсы».	2
8	3	Проведение опроса экспертов: сущность, содержание и проблемы. Виды коллективного и индивидуального опроса экспертов. Сравнительная характеристика методов опроса экспертов. Обработка результатов и оценка согласованности мнений экспертов.	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Взаимосвязь основных этапов (процедур) рационализации. Методы управления: административные, экономические, социально-психологические.	1
2	1	Особенности принимаемых решений в системах различного типа: в технической, биологической и социальной системах. Принципиальная схема управленческого цикла. Определения понятия «управленческое решение». Признаки управленческого решения.	1
3	1	Этапы решения проблемы: уточнение задачи и выбор целей; перечисление или изобретение альтернатив; анализ альтернатив; выбор наилучшего решения; предоставление результатов. Информационное обеспечение управленческих решений. Требования к информации. Методы сбора информации: неформальные и формальные. Проблемы перехода на новые информационные технологии (НИТ).	1
4	2	Типы управленческих решений в зависимости от характера проблем и методов их разрешения: по степени формализации проблемы; по используемым методам; по творческому вкладу.	1
5	2	Общественная среда как трехмерное пространство с размещенными в нем видами ситуаций: степень неопределенности, динамики и степень сложности.	1
6	2	Приемы для принятия решений в различных ситуациях: обращение к «эмпирическому правилу»; обращение к системе категорий; пренебрежение малозначащими величинами; приспособление к ближайшему горизонту планирования.	1
7	3	Методы приведения сетевого графика в соответствие с заданными сроками. Корректировка сети по критерию «людские ресурсы».	1
8	3	Проведение опроса экспертов: сущность, содержание и проблемы. Виды коллективного и индивидуального опроса экспертов. Сравнительная характеристика методов опроса экспертов. Обработка результатов и оценка согласованности мнений экспертов.	1

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку к сдаче **зачета**.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение трех контрольных работ (максимальная оценка по 10 баллов за каждую работу), 15 баллов за реферат и 15 баллов за практическую работу, а также 40 баллов за зачет.

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. Системы учета событий процесса РУР, контроля делопроизводства, анализа исполнительности персонала, программ развития и хоздоговоров и др.
2. Структура управленческого решения. Требования к управленческим решениям и условия их достижения.
3. Структурные методы при РУР: декомпозиция и агрегирование.
4. Субъекты и объекты управленческих решений в рамках концептуальной модели организации.
5. Сущность и особенности метода экспертных оценок. Функции экспертов.
6. Технология контроля исполнения УР: объекты контроля, потребность контроля исполнения и его последствия.
7. Типовые задачи, решаемые методом экспертных оценок. Разновидности метода экспертных оценок. Проблемы при использовании метода экспертных оценок.
8. Типология управленческих решений.
9. Типология управленческих решений. Интуиция, суждение и рациональность в принятии УР.
10. Управление качеством как система формирования качества УР (системный подход, комплексный подход, локальный подход).
11. УР: сущность, составляющие, классификация.
12. Факторы, влияющие на процесс принятия УР: технические, организационные, экономические, социальные, психологические и другие.
13. Формализация задачи принятия решений (ЗПР) и виды представления ситуации.
14. Формы разработки УР: взаимодействие между формами разработки и реализации УР.
15. Функции управленческого решения: стратегическая (направляющая), координирующая и мотивирующая.
16. Функции, процедуры и операции при РУР.
17. Функция как вид деятельности при разработке и реализации УР.
18. Целевые и процессорные технологии разработки и реализации УР.

19. Цель и решение: сходства, различия и связь.
20. Этапы процесса принятия и реализации решений.
21. Этапы решения проблемы: уточнение задачи и выбор целей; перечисление или изобретение альтернатив; анализ альтернатив; выбор наилучшего решения; предоставление результатов.
22. Понятие прогноза, назначение прогноза, типология прогнозов. Основные сферы прогнозирования.
23. Прогнозирование, прогноз, научное и ненаучное предвидение (интуитивное, обыденное, религиозное).
24. Объекты прогнозирования. Цель и назначение прогноза.
25. Основные задачи, решаемые на основе прогнозной информации. Принципы научно-технического прогнозирования:
26. Критерии типологии прогнозов: в зависимости от целей, задач, объектов, предметов, проблем, характера, периода упреждения, методов, организации прогнозирования и т.д.
27. Типология прогнозов: по проблемно-целевому признаку; по временному признаку; по объекту прогнозирования; по способам представления результатов; по способам разработки прогнозов.
28. Методы разработки прогнозов: пассивный и целевой (активный), количественные, качественные и неформальные, экстраполяции, математические.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы (по одной контрольной работе по каждому разделу). Максимальная оценка за контрольные работы 15 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 1 баллов за вопрос.

Вопрос 1.1.

1. Анализ альтернативных решений с точки зрения заинтересованных участников процесса принятия и реализации решений.
2. Анализ соответствия результатов альтернативных решений целям управления.
3. Базовые процессорные технологии разработки и реализации УР.
4. Блок-схема технологии разработки и организации выполнения управленческих решений.
5. Варианты взаимодействия функций, процедур и операций при типовом и масштабном характере конкретной функции при разработке управленческих решений (РУР).
6. Взаимосвязь метода и модели принятия УР: задачи и характеристики моделей.
7. Взаимосвязь типов управленческого процесса и УР.
8. Взаимосвязь целей и решений. Типы и методы решений для достижения разных видов целей.
9. Виды деятельности в ППР: нахождение причины принятия решения; нахождение возможных курсов действий; выбор среди этих курсов одного, наилучшего.
10. Виды УР: уравновешенные, импульсивные, инертные, рискованные, осторожные решения. Стандартные, бинарные, многоальтернативные, инновационные решения.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 1 баллу за вопрос.

Вопрос 2.1.

1. Влияние информации на характеристики неопределенности при РУР. Задачи ЛПР, работающего с информацией. Характеристики информации и их влияние на уровень неопределенности. Влияние профессионализма персонала на неопределенности при РУР.
2. Влияние цели на выбор и разработку решения. Альтернативы выбора путей достижения целей. Методология целеполагания.
3. Выбор вариантов управленческих решений: основные признаки.
4. Достоинства и недостатки системы сетевого планирования и управления (СПУ).
5. Индивидуальные качества ЛПР и их влияние на конечную эффективность УР.
6. Информационное обеспечение управленческих решений. Требования к информации. Методы сбора информации: неформальные и формальные. Проблемы перехода на новые информационные технологии (НИТ).
7. Историко-теоретические аспекты науки об управлении и управленческих решениях.
8. Качество УР: оценка качества, элементы, влияющие на качество процесса разработки и реализации УР.
9. Качество УР: сущность, требования, критерии.
10. Классификации управленческих решений по Ю.А. Тихомирову, В.С. Южаевой, В.В. Ременникову, О.Т. Лебедеву и А.Р. Каньковской.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 1 баллу за вопрос.

Вопрос 3.1.

1. Классификационное «дерево» задачи принятия решения (ЗПР) и методов их решения.
2. Классификация организационно-управленческих принципов.
3. Классификация эффективности УР на уровне производства и управления компании, группы компаний, отрасли, региона, страны.
4. Количественный и качественный анализ при РУР.
5. Компоненты, влияющие на выбор метода прогнозирования. Прогнозирование на основе экспертных оценок. Процесс уточнения групповой оценки.
6. Критерии оценки решения: эффективность, фактор времени; ограничение – степень риска.
7. Критерии типологии прогнозов: в зависимости от целей, задач, объектов, предметов, проблем, характера, периода упреждения, методов, организации прогнозирования и т.д.
8. Место комплексного и функционального подходов при разработке и реализации УР.
9. Метод «дерева» решений под любые ситуации: простые и сложные.
10. Методы выбора и методы реализации УР.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – зачет очная форма; 5 семестр – зачет очно-заочная форма).

1. Методы приведения сетевого графика в соответствие с заданными сроками.
2. Методы разработки управленческих решений. Классификация методов.
3. Методы управления: административные, экономические, социально-психологические.
4. Механизм управления процессом решения проблем.
5. Модели принятия решений (влияние субъективного фактора): рациональная, ограниченно рациональная (личностно-ограниченная рациональность и организационно-ограниченная рациональность) и политическая.

6. Модель процесса подготовки и принятия управленческих решений.
7. Модель формирования нового УР.
8. Наука об управлении, основные школы и направления.
9. Обоснование результатов реализации альтернативных решений для определения условий внешней и внутренней среды объекта управления.
10. Общественная среда как трехмерное пространство с размещенными в нем видами ситуаций: степень неопределенности, динамики и степень сложности.
11. Обязанности, права и ответственность руководителя при РУР.
12. Организация разработки и реализации УР.
13. Основания выбора форм разработки и реализации УР.
14. Основные аспекты управленческих решений: экономический, организационный, психологический. Особенности мышления ЛПР.
15. Основные методы разработки управленческих решений. Метод причинно-следственного анализа (ПСА).
16. Основные понятия и определения в СПУ. Сетевой график (сетевая модель, «сеть»). Граф. Путь. Ребра. Работа. Событие и путь.
17. Основы принятия УР: сущность, подходы, технологии принятия.
18. Особенности воздействия информационных технологий на процесс разработки и реализации УР.
19. Особенности и условия использования инициативно-целевой, программно-целевой, регламентной целевых технологий.
20. Особенности коллективной экспертизы. Свойства коллективных решений.
21. Особенности принимаемых решений в системах различного типа: в технической, биологической и социальной системах.
22. Подходы к выработке управленческого решения.
23. Понятие прогноза, назначение прогноза, типология прогнозов. Основные сферы прогнозирования.
24. Понятия неопределенности и риска при РУР: причины, измерение, взаимосвязи.
25. Построение графических моделей управляемых систем на основе линейных календарных планов или ленточных диаграмм Генри Ганта.
26. Приведение ситуаций к типовым задачам управления.
27. Принципиальная схема управленческого цикла. Определения понятия «управленческое решение». Признаки управленческого решения.
28. Причины возникновения проблемных ситуаций: внешние и внутренние.
29. Проведение опроса экспертов: сущность, содержание и проблемы, виды.
30. Прогнозирование, прогноз, научное и ненаучное предвидение (интуитивное, обыденное, религиозное). Объекты прогнозирования. Цель и назначение прогноза.
31. Процесс принятия решений (ППР) как осуществление анализа важнейшей информации и выбор наиболее эффективного варианта из множества альтернатив.
32. Разработка целевой ориентации управленческих решений. Формирование идеи и коалиции интересов. Содержание и роль цели в организации управления. Классификация и иерархия.
33. Риски при РУР производственной, управленческой, инвестиционной, кредитной и рыночной деятельности.
34. Роль и значение экспертных оценок в процессе разработки УР. Формирование экспертной комиссии.
35. Роль и место управленческих решений в процессах управления организацией.
36. Рыночная стоимость УР и методы оценки экономической эффективности УР.
37. Системные методы при РУР: логический анализ, системный подход, системный анализ и синтез.
38. Системный подход к разработке и реализации УР.
39. Системный подход к разработке управленческих решений.

Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Голубков, Е. П. Методы принятия управленческих решений в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. П. Голубков. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 183 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06815-3.

Б. Дополнительная литература

1. Трофимова, Л. А. Методы принятия управленческих решений: учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 335 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01584-3.

2. Бережная Е. В. Методы и модели принятия управленческих решений: Учебное пособие / Е.В. Бережная, В.И. Бережной. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014.

3. Мичурина О. Ю. Методы экономического обоснования управленческих решений по формированию промышленных сетей в судостроении: Монография / О.Ю. Мичурина. - М.: ИНФРА-М, 2011.

4. Семенихина О.Н., Мастяева И.Н. Методы оптимизации. Линейные и нелинейные методы и модели в экономике: учебное пособие для вузов. – М.: Евразийский открытый институт, 2011.

5. Юкаева, В. С. Принятие управленческих решений [Электронный ресурс]: Учебник / В. С. Юкаева, Е. В. Зубарева, В. В. Чувилова. - М. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- www.Labirint.ru (Оптимизация управленческих решений. Курс MBA)
- www.Soft.gonext.ru (Менеджмент управленческих решений. Автоматизация бизнеса)
- www.socionet.ru - Онлайновая научная инфраструктура, научно-образовательная социальная сеть
- www.oswego.edu/~economic/journals.htm - Экономические журналы в сети Интернет
- <http://www.forecast.ru/> - Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования
- <http://www.prime-tass.ru/> - Агентство экономической информации ПРАЙМ-ТАСС
- <http://www.economicus.ru> - Экономический портал
- <http://window.edu.ru/> - Электронная база учебников и методических материалов на сайте информационной системы «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
- <http://www.rusneb.ru/> - Национальная электронная библиотека (НЭБ)
- <http://www.mirkin.ru> - Электронная библиотека

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.openedu.ru> Система федеральных образовательных порталов. Система открытого образования. Консалтинговый центр ИОС ОО РФ
- <http://ict.edu.ru> Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Система федеральных образовательных порталов
- <http://window.edu.ru> Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
- <http://fepo.i-exam.ru/> ФЭПО: соответствие требованиям ФГОС.

Для освоения дисциплины используются следующие нормативные и нормативно-методические документы:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102162745&intelsearch=273-%D4%C7>
- Федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования // Координационный совет учебно-методических объединений и научно-методических советов высшей школы. Портал Федеральных образовательных стандартов высшего образования [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fgosvo.ru/fgosvo/92/91/4>
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102447332&intelsearch=816+-%EF%F0%E8%EA%E0%E7>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины;
- банк тестовых заданий для итогового контроля освоения дисциплины.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым

дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме практических занятий и самостоятельной работы студента. Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине, электронные версии образовательных стандартов высшего образования.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры, укомплектованные проигрывателями CD и DVD, принтерами и программными средствами; проектор и экран; копировальный аппарат; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам дисциплины; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине; альбомы и рекламные проспекты.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам дисциплины; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде; кафедральная библиотека электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Историко-теоретические аспекты науки об управлении и управленческих решениях.	<i>Знает:</i> – порядок формирования организационной и управленческой структуры организаций; – порядок сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений; – степень влияния системы мотивации персонала на подготовку и реализацию управленческих решений; – источники актуальной, полной и достоверной управленческой информации для подготовки решений. <i>Умеет:</i> – определять и систематизировать информационные условия разработки и реализации управленческих решений; – использовать способы и приемы повышения эффективности управленческих решений, контроля их реализации. <i>Владеет:</i> – методами анализа альтернативных вариантов управленческих решений.	Оценка за контрольную работу №1 (5 семестр) Оценка за <i>зачет</i> (5 семестр)
Раздел 2. Классификация и типология управленческих решений.	<i>Знает:</i> – порядок формирования организационной и управленческой структуры организаций; – основы организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; – порядок сбора, обработки и анализа информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений; – основы построения и поддержки функционирования внутренней информационной системы	Оценка за контрольную работу №1 (5 семестр) Оценка за <i>зачет</i> (5 семестр)

	организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля; – методики оценки эффективности и порядок контроля реализации управленческих решений; – классификации и типологии управленческих решений; – технологию разработки и ресурсное обеспечение управленческих решений; – основные модели и методы моделирования, используемые в процессе разработки управленческих решений; – степень влияния системы мотивации персонала на подготовку и реализацию управленческих решений; – тенденции и прогнозировать изменения управленческих и хозяйственных ситуаций с целью оптимизации принимаемых управленческих решений; – основы прогнозирования возникновения конфликтов и разработки мер по их предупреждению в процессе подготовки управленческих решений. <i>Умеет:</i> – определять условия и факторы обеспечения качества управленческих решений; – рассчитывать эффективность принимаемых управленческих решений; – использовать приемы обеспечения социальной и нравственно-этической ответственности при исполнении решений; <i>Владеет:</i> – навыками анализа внешней среды и определения степени ее влияния на реализацию управленческих решений; – методами анализа альтернативных вариантов управленческих решений;	

	– методами организации работы коллектива по разработке и реализации управленческих решений, как в условиях стабильности, так и в экстремальных ситуациях.	
Раздел 3. Методы разработки управленческих решений.	<i>Знает:</i> – основы организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; – основы построения и поддержки функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля; – методики оценки эффективности и порядок контроля реализации управленческих решений; – классификации и типологии управленческих решений; – технологию разработки и ресурсное обеспечение управленческих решений; – основные модели и методы моделирования, используемые в процессе разработки управленческих решений; – основы прогнозирования возникновения конфликтов и разработки мер по их предупреждению в процессе подготовки управленческих решений. <i>Умеет:</i> – рассчитывать эффективность принимаемых управленческих решений; – использовать приемы обеспечения социальной и нравственно-этической ответственности при исполнении решений; <i>Владеет:</i> – навыками анализа внешней среды и определения степени ее влияния на реализацию управленческих решений;	Оценка за контрольную работу №1 (5семестр) Оценка за <i>зачет</i> (5 семестр)

	– методами анализа альтернативных вариантов управленческих решений; – методами организации работы коллектива по разработке и реализации управленческих решений, как в условиях стабильности, так и в экстремальных ситуациях.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Методы принятия управленческих решений»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Налогообложение»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена кандидатом экономических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Г.Е. Шалдиной

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Налогообложение»** относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и менеджмента.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся углубленных знаний об основах налогообложения, налоговой системе России и действующей в Российской Федерации совокупности налогов и сборов. Данная дисциплина обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области налогообложения и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов понимания налога и налогообложения как объективных экономических категорий, находящихся в непосредственной взаимосвязи и взаимозависимости от экономического базиса;
- рассмотреть поэлементно основные налоги, формирующие российскую налоговую систему, исходя из действующего законодательства;
- обосновать необходимость оценки эффективности применения специальных налоговых режимов.

Дисциплина **«Налогообложение»** преподается в 4 семестра (очная форма обучения) и в 6 семестре (очно-заочная форма обучения). Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3. Владеет навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; использования системного подхода для решения поставленных задач;

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации	ПК-1.2. Умеет проводить поиск информации с оценкой достоверности ПК-1.3. Владеет навыками использования современных инструментов проведения оценочных исследований	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса
Формирование организационной и управленческой структуры организаций;	Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации			
Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;	Бизнес-процессы управления в организации			
Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;	08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, кон-троллинга и информационно-аналитической поддержки			

Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	управленческих решений и консалтинга)			организации или административного регламента организации.
Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.5. Умеет определять целевые показатели хозяйственной деятельности организации ПК-4.9. Владеет навыками формирования предложений по оптимизации финансовой деятельности хозяйствующего субъекта	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской

				Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- понятие и социально-экономическую сущность налогов;
- понятие и теоретические характеристики налоговой системы;
- сущность, цели и формы налоговой политики
- понятие и сущность налогового администрирования.

Уметь:

- определять налоговую базу и рассчитывать суммы основных налогов, составляющих налоговый кодекс РФ;

- заполнять налоговые декларации и анализировать их содержание;

Владеть:

- практикой применения отдельных специальных налоговых режимов.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	0,67	24	18
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	0,67	24	18
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,23	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,33	48	36
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,33	48	36
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Разделы дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основы налогообложения	16	8	4	-	4
2.	Раздел 2. Налогообложение юридических и физических лиц	30	12	8	-	10
3.	Раздел 3. Специальные налоговые режимы	26	12	4	-	10
	ИТОГО	72	32	16	-	24
	Экзамен	36				
	ИТОГО	108				

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основы налогообложения	21	4	2	-	15
2.	Раздел 2. Налогообложение юридических и физических лиц	31	8	3	-	20
3.	Раздел 3. Специальные налоговые режимы	20	4	3	-	13
	ИТОГО	72	16	8	-	48
	Экзамен	36				
	ИТОГО	108				

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Основы налогообложения.

Исторические аспекты налогообложения. Налогообложение как элемент экономической культуры общества. Налог как экономическая и правовая категория:

Определение налогов. Источник налогов. Роль налогов в перераспределении национального дохода. Понятие налогового потенциала.

Функции и роль налогообложения в экономической системе общества. Фискальная функция - как условие удовлетворения общенациональных необходимых потребностей. Регулирующая функция - фактор достижения сбалансированности интересов государства (максимальное наполнение бюджета) и личных и корпоративных интересов (снижение фискального гнета)

Понятие “налоговое бремя”. Взаимосвязь налогов и цен. Эластичность цен и налоговое бремя.

Общие условия установления налогов, исчисление налогов, принципы налогообложения. Экономические элементы налога. Понятие “установление налогов”. Определение налогоплательщика и следующих элементов налога: объект обложения, налоговая база, налоговый период, налоговая ставка, порядок исчисления льгот, порядок и сроки уплаты налога.

Виды налогов и сборов РФ. (Федеральные налоги и сборы, налоги и сборы субъектов РФ., местные налоги и сборы). Состав федеральных налогов, налогов субъектов РФ и местных налогов, их значение для формирования соответствующих бюджетов (федерального бюджета РФ, бюджетов регионов).

Классификация налогов по способу взимания (прямые и косвенные); по субъекту - налогоплательщику (налоги с физических лиц и с предприятий (организаций)); по порядку введения (общеобязательные и факультативные); по уровню бюджета, в который зачисляется налоговый платеж (закрепленные и регулирующие).

Принципы налогообложения: экономические (горизонтальной и вертикальной справедливости, эффективности, соразмерности, множественности); юридические (нейтральности, отрицания обратной связи); организационные (единства налоговой системы, подвижности, стабильности, налогового федерализма).

Налоговая система и налоговая политика государства. Понятие “налоговая система”. Состав обязательных элементов налоговой системы (законодательство, совокупность налогов и сборов, налоговое администрирование, плательщики налогов и сборов). Классификация налоговых систем.

Налоговая политика государства. Понятие налоговой политики. Цели (фискальные, экономические, социальные, экологические, международные) и формы (максимальных налогов, экономического развития, разумных налогов) налоговой политики.

Раздел 2. Налогообложение юридических и физических лиц.

Федеральные налоги РФ:

Состав Федеральных налогов, их значение для формирования республиканского бюджета и реализации финансовой политики федерации.

Налог на прибыль предприятий и организаций: налогоплательщики; объект налогообложения, особенности определения доходов и расходов в целях налогообложения; налоговые ставки; налоговый период; сроки и порядок уплаты налога и авансовых налоговых платежей.

Налог на добавленную стоимость: налогоплательщики; объект налогообложения; освобождение от исполнения обязанностей налогоплательщика; налоговая база и порядок ее определения; налоговый период; налоговые ставки; порядок применения налоговых вычетов; порядок и сроки уплаты налога в бюджет.

Налог на доходы физических лиц (НДФЛ): налогоплательщики: особенности определения налоговой базы; доходы, не подлежащие налогообложению; стандартные налоговые

вычеты; социальные налоговые вычеты; инвестиционные и имущественные налоговые вычеты; профессиональные налоговые вычеты; налоговые ставки.

Страховые взносы: плательщики страховых взносов; объект обложения и расчет базы для исчисления страховых взносов; суммы, не подлежащие обложению страховыми взносами; тарифы страховых взносов; порядок исчисления и уплаты страховых взносов.

Налоги субъектов РФ:

Фискальное значение налогов субъектов РФ для бюджетов регионов. Особенности налогов субъектов РФ.

Налог на имущество организаций: налогоплательщики; объект обложения; порядок определения налоговой базы; налоговый и отчетный период; налоговые льготы; порядок и сроки уплаты налога.

Транспортный налог: налогоплательщики; особенности определения налоговой базы и применения налоговых ставок.

Местные налоги и сборы РФ.

Виды и характеристики местных налогов. Налоги, взимаемые на всей территории России и местные налоги, вводимые по решению органов местного самоуправления.

Раздел 3. Специальные налоговые режимы (СНР).

Упрощенная система налогообложения. Патентная система налогообложения. Налог на профессиональный доход. Особенности, порядок и условия применения СНР. Оценка целесообразности их применения

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:				
1	- понятие и социально-экономическую сущность налогов;		+	+	
2	- понятие и теоретические характеристики налоговой системы;		+		
3	- сущность, цели и формы налоговой политики;		+	+	+
4	- понятие и сущность налогового администрирования.		+	+	+
	Уметь:				
5	- определять налоговую базу и рассчитывать суммы основных налогов, составляющих налоговый кодекс РФ;			+	
6	- заполнять налоговые декларации и анализировать их содержание.			+	+
	Владеть:				
7	- практикой применения отдельных специальных налоговых режимов.				+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3. Владеет навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; использования системного подхода для решения поставленных задач;			
8	- ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации	- ПК-1.2. Умеет проводить поиск информации с оценкой достоверности	+	+	
		- ПК-1.3. Владеет навыками использования современных инструментов проведения оценочных исследований		+	+
9	- ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	- ПК-4.5. Умеет определять целевые показатели хозяйственной деятельности организации		+	+
		- ПК-4.9. Владеет навыками формирования предложений по оптимизации финансовой деятельности хозяйствующего субъекта		+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

Примерный перечень практических занятий

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1	Роль налогов в перераспределении национального дохода. Понятие налогового потенциала; Переложение налогов; Формы налогового администрирования.	4
2	Раздел 2	Налоговые вычеты по НДФЛ; Доходы в виде материальной выгоды; Налоговые вычеты при НДС; Методы учета затрат в целях налогообложения; Порядок расчета сумм амортизации; Создание резервов в целях налогообложения; Расчет налога на имущество организации.	8
3	Раздел 3	Пример анализа целесообразности применения различных объектов обложения при упрощенной системе налогообложения; целесообразность применения налога на предпринимательский доход; Оценка стоимости патента.	4

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1	Роль налогов в перераспределении национального дохода. Классификация налогов; Функции налогов; Формы налогового администрирования.	2
2	Раздел 2	Налоговые вычеты по НДФЛ; Доходы в виде материальной выгоды; Налоговые вычеты при НДС; Методы учета затрат в целях налогообложения; Расчет налога на имущество организации; Разбор домашних заданий.	3
3	Раздел 3	Пример анализа целесообразности применения различных объектов обложения при упрощенной системе налогообложения; Целесообразность применения налога на предпринимательский доход; Оценка стоимости патента.	3

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение пяти контрольных работ (максимальная оценка 55 баллов), практического задания (максимальная оценка 5 баллов) и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 5 контрольных работ, в том числе одна – в форме теста. Максимальная оценка за тест – 10 бал., за контрольные работы 1, 2 и 4 – 10 бал., составляет 10 баллов за каждую. Максимальная оценка за контрольную работу 3 составляет 15 баллов, а за практическое задание – 5 бал.

Раздел 1. Основы налогообложения.

Перечень вопросов для подготовки к опросу в устной (или) письменной форме.

1. Дайте определение понятия «налог».
2. Дайте определение понятия «сбор».
3. Что подразумевает признак налога «императивность»?
4. Что подразумевает признак налога «индивидуальная безвозмездность»?
5. Какова цель уплаты налогов?
6. Что означает относительная регулярность уплаты налогов?
7. Назовите основные функции налогов.
8. Объясните механизм реализации фискальной функции.
9. В чем заключается контрольная функция налогов?
10. В чем заключается регулирующая функция налогов?
11. Что такое принципы налогообложения? Перечислите.

12. Раскройте содержание принципа справедливости.
13. Объясните различие принципов горизонтальной и вертикальной справедливости.
14. Что может способствовать практической реализации принципа справедливости?
15. Объясните, каким образом соотносятся понятия «прогрессивная налоговая система» и принцип справедливости.
16. Раскройте содержание принципа соразмерности.
17. Какие принципы налогообложения иллюстрируют кривая Лоренца и кривая Лаффера
18. Что такое прогрессивная, регрессивная и нейтральная налоговые системы.
19. Как можно охарактеризовать современную налоговую систему с точки зрения принципа справедливости?

Проведение тестирования. Оценка за тест – 10 бал.

ВАРИАНТ 1.

1. Налогом признается:
 - a) принудительный платеж
 - b) обязательный, принудительный, индивидуально безвозмездный платеж
 - c) законодательно установленный принудительный платеж
 - d) обязательный, индивидуально безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства
 - e) принудительный, индивидуально возмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства
2. Регулирующая функция налогов способствует:
 - a) сглаживанию колебаний экономического цикла
 - b) увеличению доходов бюджета
 - c) снижению налогового бремени
 - d) сокращению расходов бюджета
 - e) обеспечение государственного контроля
3. Нарушение принципа справедливости налогообложения наиболее полно выражается в методе налогообложения:
 - a) регрессивным
 - b) пропорциональным
 - c) прогрессивным
 - d) частичным
4. Величина налога на единицу обложения называется:
 - a) единицей обложения
 - b) налоговой ставкой
 - c) объектом обложения
 - d) субъектом обложения
 - e) предметом обложения
5. Проведение мероприятий налогового контроля возложено на:
 - a) ФНС России
 - b) Минфин России
 - c) Правительство РФ
 - d) административные органы власти
 - e) Государственную налоговую службу РФ
6. Выделяют следующие виды налоговых систем:
 - a) прогрессивная, регрессивная, нейтральная
 - b) прогрессивная, регрессивная, организационная

- c) регрессивная, нейтральная, косвенная
 - d) нейтральная, социальная
 - e) регрессивная, организационная, кумулятивная
7. Политика экономического развития предполагает:
- a) снижение налоговой нагрузки на бизнес, использование принципа вертикальной справедливости
 - b) снижение налоговой нагрузки на бизнес и физических лиц
 - c) повышение налоговых ставок
 - d) расширение налоговых льгот для бизнеса, снижение налоговой нагрузки на бизнес
 - e) снижение налоговой нагрузки на физических лиц
8. Принцип вертикальной справедливости предполагает:
- a) одинаковые доходы должны облагаться по одинаковой налоговой ставке;
 - b) кто больше получает от государства благ, тот должен платить налогов больше
9. Укажите критерий, который лежит в основе деления налогов в соответствии с налоговым кодексом
- a) уровень публичной власти, определяющий и устанавливающий элементы налогообложения
 - b) способ взимания
 - c) объект налогообложения
 - d) категория налогоплательщика
10. Возможность «переложения» налогов зависит от
- a) спроса и предложения
 - b) перекрестной эластичности спроса
 - c) эластичности спроса и предложения
 - d) эластичности предложения по цене

Раздел 2. Налогообложение юридических и физических лиц

Перечень вопросов для устного(или) письменного ответа.

1. Кто является плательщиком НДФЛ?
2. Какие доходы подлежат налогообложению?
3. Что такое стандартные налоговые вычеты и каковы условия их предоставления?
4. Что такое социальные налоговые вычеты и каковы условия их предоставления?
5. Что представляют собой имущественные налоговые вычеты и в каком размере они предоставляются?
6. Что такое профессиональные налоговые вычеты и каковы условия их предоставления?
7. Какие ставки применяются при обложении доходов физических лиц?
8. Кто является плательщиком НДС?
9. Кто и при каких условиях имеет право не платить НДС?
10. Что является объектом обложения НДС?
11. Какие операции не подлежат обложению НДС?
12. Как определяется налоговая база по НДС при реализации товаров, работ, услуг на территории РФ?
13. Какие виды ставок используются при исчислении НДС?
14. Как определяется сумма НДС, подлежащая уплате в бюджет?
15. Что такое налоговые вычеты и какие условия должны выполняться для принятия сумм НДС к вычету?
16. Кто является плательщиком налога на прибыль? Какие организации не являются налогоплательщиками?
17. Какие применяются методы определения доходов и расходов налогоплательщиков, в чем их отличие?

18. Каков состав доходов, формирующих налоговую базу по налогу на прибыль?
19. Какие доходы, полученные организацией, не учитываются при определении налоговой базы?
20. Какие расходы учитываются при определении налоговой базы по налогу на прибыль?

Контрольная работа 1. Максимальная оценка - 10 бал.

ВАРИАНТ 1.

Вопрос 1

Господин «Н» пожертвовал 60000 руб. благотворительной организации и 60000 - религиозной организации. Доход господина «Н» за год составил 450000 руб.

Имеет ли господин «Н» право на вычет? Если да, то вид вычета и величина? Если нет, то на основании чего?

Вопрос 2

Каковы правила получения имущественного вычета при покупке автомобиля?

Вопрос 3

Назовите факторы, которые влияют на значение (величину) ставки налога на доходы физических лиц. Привести примеры (желательно используя примеры, рассмотренные на занятиях или из доп. материала)

ВАРИАНТ 2

Вопрос 1

Сумма заработной платы, причитающейся работнику за фактически отработанные дни в расчетном месяце, составляет 43 200 руб., сумма пособия по временной нетрудоспособности составляет 13 063,04 руб. (из них 4 898,64 руб. выплачивается за счет организации, 8 164,40 руб. - за счет средств ФСС РФ). Рассчитать сумму НДФЛ.

Вопрос 2

Пенсионер продает квартиру, которой он владел по наследству в течении 2.5 лет. за 1000000 руб. Кадастровая стоимость квартиры -15 000000. Какие налоговые обязательства могут возникнуть у пенсионера в связи с продажей квартиры?

Вопрос 3

Назовите факторы, которые влияют на значение (величину) ставки налога на доходы физических лиц. Привести примеры (желательно используя примеры, рассмотренные на занятиях или из доп. материал

Контрольная работа 2. - Максимальная оценка 10 бал.

ВАРИАНТ 1.

1. Перечислить факторы, определяющие величину резерва по сомнительным долгам.

2. Можно ли учитывать амортизационную премию в затратах на модернизацию? Объяснить

3. Перечислить способы уплаты авансовых платежей по налогу на прибыль.

4. По какой ставки платит налог на прибыль РХТУ им. Д.И. Менделеева.

5. В чем заключается принципиальное отличие понятия «налоговый резидент» в НДФЛ и в налоге на прибыль?

ВАРИАНТ 2

1. Есть ли ограничения при применении амортизационной премии? Объяснить

2. Как влияет метод признания дохода на право формирования резерва по сомнительным долгам?

3. Какое значение имеет величина выручки для способа уплаты авансовых платежей по налогу на прибыль?

4. По какой ставки платит налог на прибыль РХТУ им. Д.И. Менделеева.

5. Перечислите методы признания доходов и расходов.

Контрольная работа 3 - Максимальная оценка 15 бал.

Общее замечание: ВСЕ необходимые документы – договора, сч. Фактуры, накладные, акты и прочее – имеются. Заполнить декларацию по данным за второй квартал.

ВАРИАНТ 1.

1. Обувная фабрика реализовала школьную обувь на сумму 100 000 (стоимость отгруженной продукции без НДС).

2. Фабрика отгрузила спортивную обувь на сумму 90000 (стоимость отгруженной продукции без НДС).

3. Получила аванс в счет предстоящей в 3-м кв. поставки школьной обуви - 50 000 в том числе НДС – 5000.

4. Фабрика приобрела у «Х» кожаное сырье на сумму 30 000, в том числе НДС - 5000 Сырье принято к учету.

Аванс по данному договору был перечислен в первом квартале в сумме 15 000, в том числе НДС..... (самостоятельно посчитайте).

5. Фабрика приобрела кофемашину и передала в бухгалтерию для использования ее сотрудниками. Цена приобретения – 10 000, в том числе НДС – 1670.

ВАРИАНТ 2.

1. Издательство реализовало художественные альбомы с иллюстрациями картин русских художников – 500000. Стоимость продукции без НДС.

Аванс по данному договору был получен в 1-м кв. – 250 000 в том числе НДС.....(посчитайте самостоятельно).

2. Издательство реализовало периодический журнал по истории балета – 300000. Стоимость продукции без НДС.

3. Издательство перечислило аванс поставщику А на поставку бумаги (сорта А) – 60000, в том числе НДС..... (посчитать самостоятельно).

4. Издательство приобрело у поставщика Б бумагу (сорта Б -) 100000, в том числе НДС – 16667.

5. Издательство приобрело холодильник и передало в редакторский отдел для использования сотрудниками. Цена холодильника – 20 000, в том числе НДС – 3 333.

Раздел 3. Специальные налоговые режимы.

Перечень вопросов для устного(или) письменного ответа.

1. Каков порядок признания доходов и расходов при упрощенной системе налогообложения?

2. Что такое «минимальный налог» в практике применения упрощенной системы налогообложения?

3. Каковы налоговые ставки при упрощенной системе налогообложения?

4. Чем отличается порядок расчета суммы налога к уплате при упрощенной системе налогообложения для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, не производящих выплаты и иные вознаграждения физическим лицам?

5. Что означает понятие «вмененный доход»?

6. Что означает понятие «базовая доходность»?

7. Каково назначение применения коэффициента-дефлятора. При каком налоговом режиме применяется коэффициент-дефлятор?

8. На кого ориентирована патентная система налогообложения (ПСН)?

9. При каких условиях возможно применение (ПСН)?

10. Может ли индивидуальный предприниматель (ИП), работающий на ПСН, привлекать наемных работников?

11. Установлен ли для ИП размер потенциально возможного к получению годового дохода по видам предпринимательской деятельности, в отношении которых

применяется ПСН?

17. Может ли ИП получить несколько патентов?
18. На какой срок выдается патент?
19. Что является объектом обложения при применении ПСН?
20. Каковы налоговые ставки при применении ПСН?

Контрольная работа 4. Максимальная оценка – 10 бал.

ВАРИАНТ 1.

1. ИП работает на УСН. Определить максимальную величину дохода, при котором сумма налога будет компенсирована величиной страховых взносов. (т.е. налог с базы «доход» - обнулен)

2. Организация, работающая на УСН с 2021г., использует в качестве объекта обложения «доход минус расход», приобретает в первом квартале 2021г. автомобиль в качестве вклада в уставный капитал. По оценке первоначальной стоимости автомобиля 1 000 000 со сроком полезного использования 5 лет. Как учитывается в расходах стоимость автомобиля?

3. Организация работает на УСН. Объект обложения – «доходы минус расходы». Доходы и расходы нарастающим итогом соответственно составляют:

- 1 кв. - 100 млн. и 80 млн.
- 2 кв. - 160 млн. и 128 млн.
- 3 кв. - 250 млн. и 156 млн.
- За год - 300 млн. и 188 млн.

Определить исчисленную сумму налога за отчетный период.

ВАРИАНТ 2.

1. Организация работает на УСН. Предположим, доход равен 2000 единицам. Определить, при каком значении (величине, доли) расходов в доходах возникает необходимость уплаты минимального налога.

2. Организация, работающая на УСН с 2021г., использует в качестве объекта обложения «доход», приобретает в первом квартале 2021г. автомобиль. Первоначальная стоимость автомобиля 1 000 000, в том числе НДС – 200000, срок полезного использования 5 лет. Как учитывается в расходах стоимость автомобиля?

3. Организация работает на УСН. Объект обложения – «доходы минус расходы». Доходы и расходы нарастающим итогом соответственно составляют:

- 1 кв. - 160 млн. и 100 млн.
- 2 кв. - 200 млн. и 125 млн.
- 3 кв. - 250 млн. и 156 млн.
- За год - 300 млн. и 188 млн.

Определить исчисленную сумму налога за отчетный период.

Практическое задание. Максимальная оценка – 5 бал.

Выбрать самостоятельно вид предпринимательской деятельности соответствующий требованиям НПД и ПСН. Установить сопоставимые сроки и объем работ и сравнить «налоговую» целесообразность (налоговую нагрузку) каждого налогового режима для ваших условий.

8.2. Вопросы к экзамену для промежуточной аттестации

1. Определение понятия «налог» и «сборы». Характерные черты и признаки. Условия установления.
2. Порядок определения доходов и расходов при кассовом методе (налог на прибыль и УСН)
3. Экономические принципы налогообложения. принцип справедливости.

4. НДС – объект обложения. НДС- подлежащий внесению в бюджет.
5. Организационные принципы налоговой системы РФ. Единое экономическое пространство и налоги
6. Страховые взносы на социальное страхование. Плательщики. Ставки.
7. Юридические принципы налогообложения.
8. Налог на имущество.
9. Страховые взносы на социальное страхование. Объект обложения.
10. Экономические принципы налогообложения. Принцип соразмерности.
11. Основные начала законодательства о налогах и сборах. Принцип единства налоговой системы.
12. Определение прибыли в целях налогообложения от реализации работ, услуг, продукции. Понятие реализации.
13. Экономическая сущность налогообложения.
14. Классификация налогов.
15. Законодательство РФ о налогах и сборах.
16. Амортизируемое имущество в целях налогообложения. Порядок определения стоимости амортизационного имущества.
17. Организационные принципы налогообложения.
18. Обязательные элементы налога.
19. Налог на прибыль. Порядок определения доходов. Классификация доходов.
20. Функции налогообложения. Структура доходной части бюджета.
21. Исчисление налога как стадии налогового производства. Предмет и объект налога (привести примеры).
22. Налоговое бремя. Кривая Лаффера.
23. Подоходный налог (НДФЛ). Материальная выгода.
24. Доходы от реализации. Доходы, не учитываемые при определении налоговой базы по налогу на прибыль (сравнение с правилами бухгалтерского учета).
25. Изменение сроков уплаты налогов (формы, обстоятельства, понятие отсрочки или рассрочки).
26. Понятие «налоговая система». Классификация налоговых систем.
27. Налоговые льготы по срокам уплаты. Инвестиционный налоговый кредит.
28. Налоговые вычеты. Виды вычетов НДФЛ.
29. Прочие расходы, связанные с производством и (или) реализацией. Ограничения признания расходов.
30. Налоговая политика государства. Сущность, цели, формы.
31. НДФЛ и другие налоги (взносы) – профессиональные вычеты.
32. Понятие «минимальный налог».
33. Формы налогового контроля.
34. Освобождение от исполнения обязанностей плательщика НДС.
35. Налоговые льготы. Сущность и классификация.
36. Инвестиционный налоговый кредит.
37. Расходы, связанные с производством и реализацией. Расходы на оплату труда.
38. Права и обязанности налоговых органов.
39. Расходы, связанные с производством и реализацией. Материальные расходы.
40. Принципы определения цены товаров в целях налогообложения.
41. Понятие «Налоговый агент».
42. НДС. Налогоплательщики, налоговая база.
43. Действие актов законодательства о налогах и сборах во времени.
44. Расходы на формирование резервов по сомнительным долгам.
45. Порядок и условия начала применения упрощенная система налогообложения.
46. Учет организаций в целях налогового контроля.
47. Порядок определения расходов при УСН.

48. Понятие «налоговый агент».
49. Объект обложения при УСН.
50. Взаимозависимые лица. определение доли участия лица в организации.
51. Налогообложение в сделках между взаимозависимыми лицами.
52. Порядок исчисления и уплаты налога при УСН (доход).
53. Порядок и условия предоставления инвестиционного налогового кредита.
54. Порядок исчисления и уплаты налога при УСН) доходы минус расходы).
55. Единый налог на вмененный налог.
56. Налоговый контроль. Постановка на учет налогоплательщиков и налоговых агентов.
57. Объект налогообложение и налоговая база единого налога на вмененный доход.
58. Обязанности налоговых органов.
59. Налоговые ставки, сроки и порядок уплаты НПД.
60. Исполнение обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов при ликвидации организации.
61. НДС счет-фактура. Порядок применения налоговых вычетов в НДС.
62. Способы взыскания налога в случае неуплаты.
63. Способы обеспечения исполнения обязанности по уплате налогов.
64. Налог на прибыль. Порядок признания доходов при методе начисления.
65. Методы и порядок расчета сумм амортизации
66. Факультативные элементы налога.
67. Вспомогательные элементы налога.
68. Порядок определения налоговой базы налога на имущество организаций.
69. Порядок исчисления налога на прибыль и авансовых платежей
70. Социальные налоговые вычеты.
71. Объект налогообложения (понятие, пример, по налогу на добычу полезных ископаемых)
72. Имущественные налоговые вычеты
73. Объект налогообложения и налоговая база транспортного налога.
74. Реализация товаров, работ или услуг в соответствии с ст. 39. НК РФ
75. Налоговые льготы по срокам уплаты. Инвестиционный налоговый кредит.
76. Расходы на формирование резерва по сомнительным долгам.
77. Налоговые вычеты. Виды вычетов НДФЛ.
78. Налоговая политика государства. Сущность, цели, формы.
79. Налог на прибыль. Внереализационные расходы.
80. Общие условия установления налогов и сборов.
81. Прочие расходы, связанные с производством и (или) реализацией. Ограничения признания расходов.
82. Экономические принципы налогообложения. Принцип соразмерности.
83. Тарифы страховых взносов. Пониженные тарифы страховых взносов
84. Права налогоплательщиков (плательщиков сборов, страховых взносов)
85. Объект обложения при УСН.
86. Плательщики страховых взносов.
87. Объект обложения торговым сбором. Ставки сбора. Порядок исчисления и уплаты.
88. Формы налогового контроля.
89. Объект налогообложения и налоговая база при НПД.
90. Учет организаций в целях налогового контроля.
91. Плательщики страховых взносов и объект обложения.
92. Понятия «дивиденды» и «проценты»
93. Установление и использование льгот по налогам и сборам.
94. Понятие «амортизационная премия». Условия и целесообразность применения.

95. Налоговая база и налоговая ставка в соответствии со ст. 53 и 54 НК РФ.
96. Стандартные налоговые вычеты и границы права их применения.
97. Обязанности налоговых органов.
98. Амортизируемое имущество.
99. Порядок определения суммы расходов на производство и реализацию, в соответствии с требованиями ст.318 НК РФ.
100. Участники отношений, регулируемых законодательством.

8.3. Структура и примеры билетов для экзамена (4 семестр)

Экзамен по дисциплине «**Налогообложение**» проводится в 4 семестре (очная форма обучения), 6 семестр (очно-заочная форма обучения) и включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 вопросов, относящихся к указанным темам.

Вопросы билета предусматривают развернутые ответы студента по достаточно объемной тематике. Ответы на вопросы экзаменационного билета оцениваются из 40 баллов следующим образом: первый и второй вопросы – по 20 баллов каждый.

Пример билета для **экзамена**:

«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) _____ <u>Д.С. Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) « » августа 2022г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент Профиль –Менеджмент организации
	Налогообложение
Билет № 1 1. Определение понятия «налог» и «сборы». Характерные черты и признаки. Условия установления. 2. Порядок определения доходов и расходов при кассовом методе (налог на прибыль и УСН)	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. *Лыкова, Л. Н.* Налоги и налогообложение : учебник для вузов / Л. Н. Лыкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 357 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14796-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489541>

2. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для вузов / Г. Б. Поляк [и др.] ; ответственные редакторы Г. Б. Поляк, Е. Е. Смирнова. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 380 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14018-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488809>

Б) Дополнительная литература

1. Налоговый кодекс РФ. 1 и 2 части, Москва 200...г. (Год, соответствующий году прохождения курса)

2. Налоги и налогообложение : учебник для вузов / Л. Я. Маршавина [и др.] ; под редакцией Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 510 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12659-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489253>

3. Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение: теория и практика в 2 т. Том 1 : учебник и практикум для вузов / В. Г. Пансков. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12363-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490740>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы

- Журнал «Налоги и налоговое планирование». ISSN: 2078-3833.
- Журнал «Экономика. Налоги. Право» ISSN: 1999-849X.
- Журнал «Налоговая политика и практика». ISSN: 2071-5250.
- Журнал «Налоги и финансы» ISSN: 2226-6720.
- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736.
- Журнал «Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения». ISSN: 1728-2616.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

- Сайт налоговой инспекции РФ: www.nalog.ru
- Сайт Центрального Банка РФ: www.cbr.ru
- Министерство финансов РФ: www.minfin.ru
- Сайт Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru/>
- Крупнейший финансовый портал Рунета: <http://www.banki.ru/>
- Информационная система Консультант+

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий и задач для текущего контроля освоения дисциплины;
- банк вопросов для итогового контроля освоения дисциплин.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Налогообложение»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Основы налогообложения	<i>Знает:</i> - понятие и социально-экономическую сущность налогов; - понятие и теоретические характеристики налоговой системы; - сущность, цели и формы налоговой политики; - понятие и сущность налогового администрирования.	Оценка по результатам устного опроса и результата теста.
Раздел 2. Налогообложение юридических и физических лиц	<i>Знает:</i> - понятие и социально-экономическую сущность налогов; - сущность, цели и формы налоговой политики; - понятие и сущность налогового администрирования. <i>Умеет:</i> - определять налоговую базу и рассчитывать суммы основных налогов. - заполнять налоговые декларации и анализировать их содержание.	Оценка за три контрольные работы 1.2.3.
Раздел 3. Специальные налоговые режимы	<i>Знает:</i> - сущность, цели и формы налоговой политики; - понятие и сущность налогового администрирования. <i>Умеет:</i> - заполнять налоговые декларации и анализировать их содержание. <i>Владеет:</i> - практикой применения отдельных специальных налоговых режимов.	Опрос и оценка за контрольную работу 4, практическое задание.

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Налогообложение»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Нейромаркетинг»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Нейромаркетинг**» относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и маркетинга.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся бакалавриата знания основных возможностей и проблем использования современных нейротехнологий, лежащих в основе принятия решений потребителями, и их реакции на маркетинговые действия (брендинг, рекламу, дизайн и упаковку, ассортимент, ценообразование и др.), а также развитие способности обосновывать управленческие решения через приемы нейровизуализации, нейростимуляции и нейромаркетинга.

Задачи дисциплины:

- исследовать поведение потребителей, используя современные нейромаркетинговые технологии и инструменты;
- на основе анализа потребностей потребителя, научиться разрабатывать новые продукты и услуги;
- оценивать эффективность маркетинговых коммуникаций с точки зрения восприятия потребителем.

Дисциплина «**Нейромаркетинг**» преподается в 5 (очная форма обучения) и 8 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- психологические теории и методы психологического анализа в маркетинге;
- основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение;
- основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке.

Уметь:

- применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий;
- выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей.

Владеть:

- навыком решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента;
- методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации;
- навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32	24
в том числе в форме практической подготовки	-	-	-
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,12	76	57
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Введение в нейромаркетинг и экономику впечатлений	18	2	2	-	14
2.	Тема 2. Теория перспектив. Поведенческие эффекты	22	4	4	-	14
3.	Тема 3. Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения	20	4	4	-	12
4.	Тема 4. Психология поведения потребителей	16	2	2	-	12
5.	Тема 5. Современные инструменты маркетинга	16	2	2	-	12
6.	Тема 6. Оборудование для проведения нейромаркетинговых исследований	16	2	2	-	12
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144	16	16	-	76

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Нейромаркетинг» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Введение в нейромаркетинг и экономику впечатлений

Обоснование концепции нейромаркетинга как теоретико-прикладной междисциплинарной области знаний, позволяющей раскрывать информацию о предпочтениях потребителей и их реакциях на маркетинговые действия. Определение совокупности нейробиологических механизмов, лежащих в основе ответной реакции потребителей на маркетинговые действия, и прогнозирования поведения потребителей с использованием нейротехнологий. Экономика впечатлений. Возможности присуще экономике впечатлений. Насущные проблемы экономики впечатлений. Товары и впечатления. Эволюция потребительской ценности.

Тема 2. Теория перспектив. Поведенческие эффекты

Нужды и потребности: сущность и различие. Типология потребностей человека. Потребности: ложные и истинные, родовые и производные, абсолютные и относительные. Искусственные потребности.

Основы поведенческой экономики. Даниэль Канеман и Амос Тверски – основоположники теории перспектив. Поведенческие эффекты в условиях риска и в условиях неопределенности. Искажения восприятия вероятностей. Эвристики доступности, якорения. Эффект ореола. Поведенческие эффекты по фактору времени. Подсознательная бухгалтерия. Влияние социума на поведение потребителя.

Тема 3. Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения

Первичный и рациональный мозг. Нейроны, нейромедиаторы, синаптическая связь: основы функционирования человеческого мозга. Метафорические слои и функциональные области мозга. Гормоны и их влияние на принятие решений. Предвкушение награды, человеческие стремления и дофаминовая система. Человеческие боли (почувствуй, пойми и облегчи).

Тема 4. Психология поведения потребителей

Типология современных потребителей. Теория поколений (Нейл Хоува и Уильям Штраус). Две системы принятия решений. Нейрологика покупательских решений. Оценка и использование классических методов маркетингового исследования, их взаимосвязь с нейромаркетинговыми технологиями. Интеграция нейромаркетинговых технологий с традиционными методами маркетинговых исследований, в т.ч. фокус-группы, опросы и углубленные интервью. Навыки практического применения нейромаркетинговых технологий: брендинг, тестирование продукта, реклама, интернет-магазины, события и развлечения, др.

Тема 5. Современные инструменты маркетинга

Фрейминг и его сила воздействия на потребителя. Сторителлинг или почему так важно рассказывать истории. Играем на чувствах (услышь, увидь, учуй, потрогай и купи). Инструменты геймификации в маркетинге.

Тема 6. Оборудование для проведения нейромаркетинговых исследований

Современные концепции и психофизические методы исследования интуиции (в частности, отслеживание движения глаз, считывание выражения лица, измерение частоты сердечных сокращений и гальванической реакции кожи). Современные подходы в области неврологии потребителей через приемы нейровизуализации, нейростимуляции и нейромаркетинга.

Современные методы визуализации мозга для электроэнцефалографии (ЭЭГ) и функциональной магнитно-резонансной томографии (МРТ), применяемые для отслеживания эмоциональной реакции на бренды и телевизионные ролики, а также для оценки привлекательности маркетинговых продуктов для потребителей и анализа соотношения «цена–качество».

Нейромаркетинговая измерительная аппаратура (айтрекеры, ЭЭГ, МРТ, ФМР, ГСР, лицевое кодирование и т.д.). Экспериментальная нейромаркетинговая методология и процедуры. Классический и современный методы анализа нейрофизиологических результатов. Применение практических методов развития навыков нейромаркетинга. Основные методы нейровизуализации через айтрекеры: сбор, анализ и обобщение данных.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6
	Знать:						
1	– психологические теории и методы психологического анализа в маркетинге;		+	+	+		+
2	– основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение;	+			+	+	
3	– основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке.		+		+		
	Уметь:						
3	– применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий;	+	+	+	+	+	+
4	– выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей.	+	+	+	+	+	+
	Владеть:						
5	– навыком решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента;	+	+	+	+	+	+
6	– методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации;				+	+	
7	– навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.		+		+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>							
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК					
11	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	– ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований		+	+	+	+
		– ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	+		+		+

		– ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 1. Введение в нейромаркетинг и экономику впечатлений	Техника проведения ZMET-исследований Разбор кейсов. Нейромаркетинг в индустрии кино	2
2	Тема 2. Теория перспектив. Поведенческие эффекты	Когнитивные иллюзии Forced choice testing – методика вынужденного выбора IAT (Implicit Association Test) Игровые эксперименты Разбор кейсов. Нейромаркетинг в индустрии игр	4
3	Тема 3. Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения	Разбор Нейрокомикса Техника составления карт эмпатий Зоосоциальные потребности	4
4	Тема 4. Психология поведения потребителей	Техника проведения Recognition Study Теория поколений в маркетинге Разбор кейсов. Нейромаркетинг в UX/UI исследованиях	4
5	Тема 5. Современные инструменты маркетинга	Геймификация маркетинга Основные правила успешного сторителлинга Аромаркетинг Аудиальный маркетинг Квиз-маркетинг (техника построения опросов)	2
6	Тема 6. Оборудование для проведения нейромаркетинговых исследований	Айтрекинговое исследование рекламы	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 2. Теория перспектив. Поведенческие эффекты	Когнитивные иллюзии Разбор кейсов. Нейромаркетинг в индустрии игр	2
2	Тема 3.	Техника составления карт эмпатий	2

	Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения		
3	Тема 4. Психология поведения потребителей	Техника проведения Recognition Study	2
4	Тема 5. Современные инструменты маркетинга	Геймификация маркетинга Квиз-маркетинг (техника построения опросов)	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 50 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 45 баллов), и доклада (максимальная оценка 5 баллов)

8.1. Примерная тематика докладов.

1. Величайшие исследователи в области поведенческой экономики.
2. История нейромаркетинга.
3. Экономика впечатлений.
4. Биография Уолта Диснея.

5. Дэниел Канеман и Адам Тверски. Основные направления научных исследований.
6. Аромаркетинг. Примеры кейсов.
7. Аудиомаркетинг. Примеры кейсов.
8. Цветовое восприятие в брэндинге и маркетинге.
9. UX-исследования и их роль в построении цифрового бизнеса.
10. ВКонтакте как площадка для маркетинговых коммуникаций.
11. Instagram как площадка для маркетинговых коммуникаций.
12. Tik-Tok как площадка для маркетинговых коммуникаций.
13. Влияние теории поколений на поведение потребителей.
14. Айтрекинг-исследования в маркетинге.
15. Эмоциональный интеллект.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы 1 и 2 составляет 10 баллов за каждую. Максимальная оценка за контрольную работу 3 составляет 30 баллов.

Тема 1. Введение в нейромаркетинг и экономику впечатлений

Практические задания. Максимальная оценка 5 баллов

Привести примеры компаний, которые для себя решили, что нужно делать ставку на «впечатления».

Тема 2. Теория перспектив. Поведенческие эффекты

Контрольная работа в форме опроса. Максимальная оценка 10 баллов.

1. Основные характеристики теории перспектив.
2. Поведенческие эффекты. Фактор 1 – Условия: «РИСКА».
3. Поведенческие эффекты. Фактор 1 – Условия: «НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ».
4. Эффект привязки.
5. Эффекты эвристики.
6. Эффект узнавания.
7. Эффект ореола.
8. Личные характеристики.
9. «Отношение к деньгам».
10. Поведенческие эффекты. Фактор 2 – ВРЕМЕНИ: ВЫБОР В НАСТОЯЩЕМ.
11. Эффект по умолчанию.
12. Эффект закрывающейся двери.
13. Магия бесплатного.
14. Эффект владения.
15. Эффект приманки.
16. Гиперболическое дисконтирование.
17. Влияние социума.

Тема 3. Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения

Практическое задание. Максимальная оценка 5 баллов.

Патрик Ренвуазе и Кристоф Морен говорят: чаще всего боли оказываются связанными с жалобами, больными темами или обидами, возникшими после приобретения или использования продукта или решения.

Подумайте, какие боли могут возникнуть у потребителей:

- а) цифрового обучающего контента (дистанционные курсы, вебинары, мастер-классы);
- б) консалтинговых фирм, предлагающих услуги SEO - оптимизации и услуги настройки таргетированной рекламы.
- Попробуйте классифицировать выявленные боли с помощью таблицы 1.1. Как можно облегчить боли этих потребителей? Что уже делают компании, предоставляющие эти услуги?

Тема 4. Психология поведения потребителей

Практическая работа: «Recognizing test». Максимальная оценка 5 баллов.

Выбрать бренд и подготовить материалы для теста на узнаваемость его отдельного элемента:

- товар (упаковка). В сравнении с конкурентами на полках и отдельное изображение;
- постер (рекламное сообщение). В сравнении с другими рекламными постерами этого же бренда;
- страница сайта. В сравнении с аналогичными страницами конкурентов.

Тема 5. Современные инструменты маркетинга

Практическая работа. «Айтрекинг-исследование рекламы». Максимальная оценка 10 баллов.

На примере видео-рекламы компании Mark Formelle провести сравнительный анализ восприятия рекламы с помощью технологии айтрекинг.

Тема 6. Оборудование для проведения нейромаркетинговых исследований

Контрольная работа в виде опроса (включает два вопроса). Максимальная оценка 10 баллов.

Перечень вопросов:

1. Поведенческая экономика. Сущность и основные принципы.
2. Даниэль Канеман. Психологическая методика в экономической науке.
3. Психология цвета в маркетинге и продажах.
4. Назовите основные методы проведения нейромаркетинговых исследований.
5. В чем преимущества и недостатки фМРТ для проведения маркетинговых исследований?
6. Что такое электроэнцефалография?
7. Назовите и расшифруйте основные ритмы головного мозга.
8. Какие показатели могут быть исследованы с помощью ЭЭГ?
9. Опишите эксперимент Альфреда Ярбуса.
10. Перечислите возможности применения айтрекинга в маркетинге.
11. Дайте характеристику основным видам айтрекингового оборудования.
12. Назовите и расшифруйте основные показатели и методы визуализации, используемые в исследованиях глазодвигательной активности.
13. Что представляет собой полиграф? Назовите состав его основных компонентов.
14. Приведите примеры из практики бизнеса усиления эмоционального воздействия рекламного сообщения.
15. Расскажите о двух подходах к исследованию человеческих потребностей.
16. Раскройте содержание двух понятий «нужда» и «потребность».
17. Что такое статусные потребности? Приведите примеры.
18. Мотив и интерес. В чем различия двух понятий?
19. Расскажите о мотивационной теории А. Маслоу.
20. В чем недостатки применения иерархии потребностей по А. Маслоу для практического маркетинга?

21. Перечислите основные стадии пирамиды формирования потребностей по Бену Ханту.
22. С помощью чего можно оценить удовлетворенность покупателей?
23. Различия между понятиями покупатель и потребитель.
24. Структура «закупочного центра».
25. Конечные и корпоративные покупатели.
26. Роль теории поколений в маркетинге и брендинге.
27. Какие рекламные коммуникации окажут наибольшее влияние на Беби-бумеров?
28. Система ценностей поколения X и поколения Y.
29. Как маркетологам удержать внимание центениалов?
30. Составные части модели покупательского поведения.
31. Назовите основные факторы, оказывающие влияние на поведение потребителя.
32. Восемь поведенческих сценариев (психотипов).
33. Опишите две системы принятия решений по Дэниелю Канеману.
34. Что показывает эффект Струпа в рамках работы двух систем принятия решений?
35. Как маркетологи могут использовать знания о работе двух систем принятия решений?
36. Расскажите об эксперименте Брайона Кнутсона и его коллег из Стэнфордского университета.
37. В чем заключается нейробиология покупательского поведения?
38. Фрейминг и его роль в принятии решения о покупке.
39. Исследования влияния эффекта обрамления в трудах Дэниэля Канемана и Амоса Тверски.
40. Раскройте содержание понятия сторителлинг.
41. Назовите 7 видов использования сторителлинга.
42. Главные правила эффективного сторителлинга.
43. Основные этапы сторителлинга.
44. Назовите место и роль сторителлинга в комплексе маркетинга 4Р.
45. Какая существует связь с органами чувств человека и маркетингом?
46. Приведите примеры практического применения аромамаркетинга в бизнесе.
47. Что такое призма Хеннинга?
48. Приведите примеры практического применения аудиомаркетинга в бизнесе.
49. Что такое мультисенсорные продажи?
50. Как увеличить запоминаемость бренда?
51. Что такое геймификация и в каких сферах она может применяться?
52. Назовите основные задачи геймификации в маркетинге.
53. Какие основные элементы лежат в основе геймификации?
54. Дайте определение понятию квест-маркетинг.
55. Квиз-маркетинг и его роль в построении коммуникации с пользователем.
56. Перечислите преимущества и недостатки основных видов квизов.
57. Конкурсы и их основные цели как инструмента рекламы.
58. Назовите и раскройте основные этапы проведения конкурсных мероприятий в социальных сетях.
59. Перечислите площадки для проведения конкурсов.
60. Назовите основные критерии выбора подарка для проведения конкурса.

Контрольная работа в виде теста. Максимальная оценка 30 баллов.

Примеры тестовых заданий:

Задание №2
К методам визуализации в айтирекинге НЕ относится

Выберите один из 4 вариантов ответа:		
1)		туманные карты;
2)		тепловые карты;
3)		карта последовательной фиксации;
4)		карта эмоционального восприятия.

Задание №3		
Что из перечисленного НЕ относится к инструментам игрового маркетинга		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
1)		Квизы;
2)		Квесты;
3)		Конкурсы;
4)		Линкбейтинг.

Задание №4		
У какого поколения есть «иммунитет» к рекламе		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
1)		беби-бумеров;
2)		молчаливых;
3)		миллениалов;
4)		забытых.

Задание №5		
Фрейминг – это...		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
1)		контекст рассмотрения любой вещи, с помощью которого можно менять оттенок восприятия этой вещи;
2)		субъективная отношение потребителей к исследуемому предмету (товару, марк-, мешающее объективному восприятию ряда отдельных черт предмета;
3)		снижение цены на отдельные виды товара приводит к снижению на них спроса;
4)		маркетинговый прием персонализации коммуникации и продолжения коммуникации с целевой аудиторией, посредством которого аудитории напоминают о ранее произошедшей с брендом, товаром коммуникации.

Задание №6		
Первый коммерческий томограф начал работу в		

Выберите один из 4 вариантов ответа:		
1)		1982 г.;
2)		1965 г.;
3)		1990 г.;
4)		1899 г.;

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – зачет (очная форма), 8 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Лопаткин Д.С. Нейромаркетинг: учебное пособие. М. РХТУ, 2020. – 207 с.
2. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467833>

Б. Дополнительная литература

1. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 433 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08321-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492347>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- Журнал «Интернет-маркетинг». ISSN: 2619-1369;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>
- Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>
- <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора

- <http://economics.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
- <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека
- http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 148);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 600);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Нейромаркетинг*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 1. Введение в нейромаркетинг и экономику впечатлений	<i>Знает:</i> – основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение; <i>Умеет:</i> – применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; – выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <i>Владеет:</i> – навыком решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента;	Оценка за практическую работу Оценка за зачет
Тема 2. Теория перспектив. Поведенческие эффекты	<i>Знает:</i> – психологические теории и методы психологического анализа в маркетинге; – основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке. <i>Умеет:</i> – применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; – выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <i>Владеет:</i> – навыком решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента; – навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу в форме опроса Оценка за зачет

Тема 3. Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения	<i>Знает:</i> – психологические теории и методы психологического анализа в маркетинге; <i>Умеет:</i> – применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; – выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <i>Владеет:</i> – навыком решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента;	Оценка за практическую работу Оценка за зачет
Тема 4. Психология поведения потребителей	<i>Знает:</i> – психологические теории и методы психологического анализа в маркетинге; – основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение; – основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке. <i>Умеет:</i> – применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; – выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <i>Владеет:</i> – навыком решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента; – методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; – навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.	Оценка за практическую работу Оценка за зачет

Тема 5. Современные инструменты маркетинга	<i>Знает:</i> - основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение; <i>Умеет:</i> – применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; – выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <i>Владеет:</i> – навыком решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента; – методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; – навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.	Оценка за доклад Оценка за практическую работу Оценка за зачет
Тема 6. Оборудование для проведения нейромаркетинговых исследований	<i>Знает:</i> – психологические теории и методы психологического анализа в маркетинге; <i>Умеет:</i> – применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; – выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <i>Владеет:</i> - навыком решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента;	Оценка за контрольную работу в форме опроса Оценка за контрольный работу в форме теста Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Нейромаркетинг»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Организация предпринимательской деятельности»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом экономических наук, к.э.н., доцентом, кафедры менеджмента и маркетинга, Н.Н. Гриневым.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Организация предпринимательской деятельности**» относится вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области предпринимательской деятельности, налогового планирования, формирования бизнес-идеи и ее экономического планирования источников финансирования организации их структуры.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся теоретических знаний в области предпринимательской деятельности, приобретение умений организации собственного бизнеса от разработки предпринимательской идеи до регистрации предприятия, овладение навыками принятия предпринимательских решений и способности их применять на практике.

Задачи дисциплины:

- формирование понятийного аппарата, составляющего основу понимания предпринимательской деятельности;
- освоение основ организации экономической деятельности предпринимательских структур и обоснование предложений по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий;
- изучение нормативно-правовой базы государственного регулирования и поддержки предпринимательских структур.

Дисциплина «**Организация предпринимательской деятельности**» преподается в 5 (очная форма обучения) и 5 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: Организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	ПК-4 Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс - функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса.	ПК-4.1 Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики.	07 Административно управленческая и офисная деятельность Профессиональные компетенции определяются Организацией на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных
	Консалтинговые агентства	ПК-5 Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.2. Знает международные стандарты систем менеджмента	
	Линейные процессы управления в организации		ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей	
	Бизнес-процессы управления в организации			
	08 Финансы и экономика (в			

исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			источников.
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический				

Владение современными цифровыми технологиями в контексте управленческой деятельности; Экономический и стратегический анализ для построения прогнозов развития макро- и микросреды бизнеса; Принятие управленческих решений	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 40. Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макро- уровнях в экспертно-аналитических организациях и службах	ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	ПК-8.1. Знает нормативные документы, регламентирующие хозяйственную деятельность организации	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 609 н, Обобщенная трудовая функция: А. Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). А/02.6. Тактическое управление процессами организации производства (уровень квалификации – 6

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные теории предпринимательской деятельности в их историческом развитии;
- роль современного предпринимательства в инновационном развитии общества;
- этапы создания собственного дела;
- правовые основы организации предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы коммерческих предприятий, систему государственной регистрации предприятия.

Уметь:

- грамотно анализировать государственную политику по отношению к предпринимательству;
- обосновывать выбор сферы предпринимательской деятельности, способ начала ее осуществления, организационно-правовой формы предприятия в процессе создания конкретного собственного дела;
- разрабатывать проекты учредительных документов;
- составлять договоры продажи, аренды предприятия и договор франчайзинга;
- определять эффективность предпринимательской деятельности.

Владеть:

- методами анализа и оценки информации, отражающей состояние и тенденции развития различных рынков;
- категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения;
- навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по проблемам предпринимательства;
- навыками выступления перед аудиторией с информационными сообщениями, докладами и презентациями по актуальным проблемам российского предпринимательства.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,10	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,10	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,33	12	9
Лекции	0,22	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,11	4	3
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,67	96	72
Контактная самостоятельная работа	2,67	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		95,8	71,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Общая характеристика предпринимательства.	38	6	6	26
1.1	Взгляды на предпринимательскую деятельность в докапиталистический период.	13	2	2	9
1.2	Виды предпринимательства. Физические и юридические лица как субъекты предпринимательской деятельности.	13	2	2	9
1.3	Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства. Государственная поддержка развития малого предпринимательства.	12	2	2	8
2.	Раздел 2. Организация создания собственного дела.	37	6	6	25
2.1	Этикет предпринимателя. Способы создания собственного дела. Предпринимательская идея и этапы организации предприятия «start-up».	13	2	2	9
2.2	Принятие предпринимательского решения. Управление предприятием.	12	2	2	8
2.3	Конкурентоспособность предпринимательских структур. Анализ конкурентной среды	12	2	2	8
3.	Раздел 3. Инновационные путь развития предпринимательства.	33	4	4	25
3.1	Основное содержание инновационного предпринимательства и проблемы его развития. Роль науки в ускорении преодоления кризиса инновационного развития предпринимательства.	13	2	2	9
3.2	Сущность и классификация предпринимательских рисков. Методы оценки предпринимательского риска. Страховая защита от предпринимательских рисков.	10	1	1	8
3.3	Прекращение предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя. Прекращение предпринимательской деятельности юридического лица. Банкротство предпринимательских организаций.	10	1	1	8
	ИТОГО	108	16	16	76

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Общая характеристика предпринимательства.	36	2	2	32
1.1	Взгляды на предпринимательскую деятельность в докапиталистический период.	14	1	1	12
1.2	Виды предпринимательства. Физические и юридические лица как субъекты предпринимательской деятельности.	11	0,5	0,5	10
1.3	Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства. Государственная поддержка развития малого предпринимательства.	11	0,5	0,5	10
2.	Раздел 2. Организация создания собственного дела.	36	3	1	32
2.1	Этикет предпринимателя. Способы создания собственного дела. Предпринимательская идея и этапы организации предприятия «start-up».	13,5	1	0,5	12
2.2	Принятие предпринимательского решения. Управление предприятием.	11,25	1	0,25	10
2.3	Конкурентоспособность предпринимательских структур. Анализ конкурентной среды	11,25	1	0,25	10
3.	Раздел 3. Инновационные пути развития предпринимательства.	36	3	1	32
3.1	Основное содержание инновационного предпринимательства и проблемы его развития. Роль науки в ускорении преодоления кризиса инновационного развития предпринимательства.	13,5	1	0,5	12
3.2	Сущность и классификация предпринимательских рисков. Методы оценки предпринимательского риска. Страховая защита от предпринимательских рисков.	11,25	1	0,25	10
3.3	Прекращение предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя. Прекращение предпринимательской деятельности юридического лица. Банкротство предпринимательских организаций.	11,25	1	0,25	10
	ИТОГО	108	8	4	96

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Общая характеристика предпринимательства

Взгляды на предпринимательскую деятельность в докапиталистический период. Теории предпринимательства XVIII-XIX вв. Учения о предпринимательстве XX и начала XXI вв. Теории предпринимательской деятельности, появившиеся после Второй мировой войны. Сущность предпринимательства. Функции и факторы предпринимательства. Классификация предпринимательской деятельности. Виды предпринимательства. Физические и юридические лица как субъекты предпринимательской деятельности. Объекты предпринимательской деятельности. Образ современного предпринимателя и его личностные качества. Предпринимательская деятельность без образования юридического лица. Организационно-правовые формы юридических лиц. Характеристика предпринимательской среды. Внешняя и внутренняя предпринимательская среда. Оценка макроэкономических факторов предпринимательской среды. Малое предпринимательство и его роль в развитии экономики. Проблемы развития малого предпринимательства. Основные преимущества и недостатки малого предпринимательства. Государственная поддержка развития малого предпринимательства.

Раздел 2. Организация создания собственного дела

Понятие предпринимательской культуры. Этика предпринимателя: имидж и этический кодекс. Этикет предпринимателя. Способы создания собственного дела. Предпринимательская идея и этапы организации предприятия «start-up». Юридическое оформление предприятия. Внутрифирменное предпринимательство. Принятие предпринимательского решения. Управление предприятием. Налогообложение предприятия. Оценка эффективности предпринимательской деятельности. Сущность конкуренции. Конкурентоспособность предпринимательских структур. Анализ конкурентной среды.

Раздел 3. Инновационные пути развития предпринимательства

Основное содержание инновационного предпринимательства и проблемы его развития. Роль науки в ускорении преодоления кризиса инновационного развития предпринимательства. Инвестиционное обеспечение предпринимательской деятельности. Оценка предпринимательских рисков. Сущность и классификация предпринимательских рисков. Методы оценки предпринимательского риска. Страховая защита от предпринимательских рисков. Социальная ответственность бизнеса. Прекращение предпринимательской деятельности индивидуального предпринимателя. Прекращение предпринимательской деятельности юридического лица. Банкротство предпринимательских организаций.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	– основные теории предпринимательской деятельности в их историческом развитии;	+		+
2	– роль современного предпринимательства в инновационном развитии общества;		+	+
3	– этапы создания собственного дела;		+	+
4	– правовые основы организации предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы коммерческих предприятий, систему государственной регистрации предприятия.	+	+	
	Уметь:			
5	– грамотно анализировать государственную политику по отношению к предпринимательству;	+		+
6	– обосновывать выбор сферы предпринимательской деятельности, способ начала ее осуществления, организационно-правовой формы предприятия в процессе создания конкретного собственного дела;		+	+
7	– разрабатывать проекты учредительных документов;	+	+	
8	– составлять договоры продажи, аренды предприятия и договор франчайзинга;		+	
9	– определять эффективность предпринимательской деятельности.			+
	Владеть:			
10	– методами анализа и оценки информации, отражающей состояние и тенденции развития различных рынков;	+	+	
11	– категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения;		+	
12	– навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по проблемам предпринимательства;		+	+
13	– навыками выступления перед аудиторией с информационными сообщениями, докладами и презентациями по актуальным проблемам российского предпринимательства.		+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>				

	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
14	– ПК-4 Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	– ПК-4.1 Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики	+		
				+	+
15	– ПК-5 Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.2 Знает международные стандарты систем менеджмента		+	
		– ПК-5.5 Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей	+	+	
16	– ПК-8 Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	– ПК-8.1 Знает нормативные документы, регламентирующие хозяйственную деятельность организации	+		+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Малое предпринимательство и его роль в развитии экономики. Проблемы и перспективы малого бизнеса в нашей стране.	3
		Практическая работа по выбранной компании и перспективы ее развития на ближайшие 5 лет. Сложные предпринимательские структуры (примеры). Работа парами, дать краткую характеристику каждой организационно-экономической форме. Выделить достоинства и недостатки.	3
2	2	Разбор идей создания собственного бизнеса. Предварительная оценка вашей идеи по следующей схеме: - почему эта деятельность подходит или не подходит (оценка своих личных возможностей); - почему этот бизнес будет успешным или неуспешным (оценка влияния факторов внешней среды); - почему ваша продукция (услуги) могут привлечь ваших потребителей? - кто конкретно является вашим потребителем? - где вы будете искать ваших поставщиков? - как ваши потребители узнают о вашей продукции (услугах)?	4
		Решение задач по экономике фирмы	2
3	3	Обсуждение инновационных идей для бизнеса. Используя примеры инновационных цепочек необходимо разработать инновационные идеи. Инновации продукции. Инновации процессов (технологические); инновации персонала (человеческого фактора). Бизнес-инкубаторы.	2
		Кейс «Определение предпринимательских рисков, связанных с открытием нового магазина»	2
		Процедура банкротства предпринимательских структур.	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1,2,3	Разбор идей создания собственного бизнеса. Предварительная оценка вашей идеи по следующей схеме:	2

		- почему эта деятельность подходит или не подходит (оценка своих личных возможностей); - почему этот бизнес будет успешным или неуспешным (оценка влияния факторов внешней среды); - почему ваша продукция (услуги) могут привлечь ваших потребителей? - кто конкретно является вашим потребителем? - где вы будете искать ваших поставщиков? - как ваши потребители узнают о вашей продукции (услугах)?	
2	1,2,3	Кейс «Определение предпринимательских рисков, связанных с открытием нового магазина»	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.
- подготовка к сдаче экзамена по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине за 1 семестр складывается из доклада (максимальная оценка 20 баллов), контрольных работ (максимальная оценка 40 баллов) и практической работы (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. Предпринимательство: сущность, эволюция развития в России.
2. Организационно-правовые формы предпринимательства.
3. Инновации и предпринимательство.

4. Государственное и правовое регулирование предпринимательской деятельности в РФ.
5. Этика и культура предпринимательства.
6. Малое предпринимательство как фактор увеличения занятости.
7. Риск в предпринимательстве.
8. Налогообложение предпринимательской деятельности.
9. Предпринимательская деятельность малого предприятия.
10. Развитие предпринимательства как основа конкурентной среды.
11. Конкуренция в современных условиях России.
12. Монополизация экономики и монополистическая конкуренция.
13. Антимонопольная политика предпринимательства.
14. Создание собственного дела.
15. Предпринимательская тайна.
16. Интеллектуальная собственность как объект инновационного предпринимательства.
17. Порядок создания и регистрация инновационного предприятия.
18. Организационные формы инновационного предпринимательства.
19. Механизм конкуренции инновационного предпринимательства.
20. Риски в инновационном предпринимательстве.
21. Создание и реализация инновационного проекта.
22. Ответственность субъектов предпринимательской деятельности.
23. Предпринимательская среда.
24. Документооборот и документальные системы в предпринимательстве.
25. Автоматизированные информационные системы в предпринимательстве.
26. Интеллектуальные информационные системы в предпринимательстве.
27. Системы поддержки принятия решений и оценочные системы в предпринимательстве.
28. Ответственность субъектов предпринимательской деятельности.
29. Эволюция, сущность и особенности российской предпринимательской деятельности, и ее функционирование.
30. Система экономического и социального управления предпринимательской деятельностью и ее функционирование.
31. Механизмы регулирования предпринимательством.
32. Экономические и социальные цели предпринимательской деятельности.
33. Ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности.
34. Планирование предпринимательской деятельности.
35. Инвестиционное обеспечение предпринимательской деятельности.
36. Диагностика состояния предпринимательской деятельности.
37. Человеческие ресурсы в предпринимательстве.
38. Маркетинг в предпринимательской деятельности.
39. Типология предпринимательства.
40. Прекращение предпринимательской деятельности организации.
41. Реинжиниринг инновационного предпринимательства.
42. Механизмы, способствующие развитию предпринимательства.
43. Предпринимательский капитал: сущность, методы накопления и использования.
44. Роль банковского кредита в финансировании деятельности предприятия.
45. Особенности проведения лизинговых операций в Российской Федерации.
46. Проблемы организации финансового планирования на предприятии.
47. Кредитование юридических лиц в России: новые риски и возможности.
48. Кадровое обеспечение предпринимательских организаций.
49. Мотивация труда управленческого персонала.

50. Совершенствование мотивации труда у сотрудников коммерческого предприятия.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 2 контрольных работы и одна практическая. Максимальная оценка за контрольные работы 1 и 2 составляет 20 баллов за каждую. Максимальная оценка за практическую работу составляет 40 баллов.

Контрольная работа. Максимальная оценка – 20 баллов.

1. Как трактуется сущность предпринимательской деятельности в соответствии с ГК РФ?
2. В чем заключаются функции предпринимательской деятельности?
3. Какие факторы влияют на предпринимательскую деятельность?
4. На какие виды подразделяется предпринимательская деятельность?
5. В чем различия между производственным и коммерческим предпринимательством?
6. По каким признакам можно классифицировать предпринимательскую деятельность?
7. Какой вид предпринимательства наиболее активно развивается в России?
8. Характеристика малого бизнеса. Достоинства и недостатки предприятий малого бизнеса.
9. Система государственной поддержки малого бизнеса в России.
10. Стратегии роста малых фирм.
11. Характеристика фирм крупного бизнеса (холдинги, ассоциации, концерны, консорциумы, тресты).
12. Фирмы с участием государственного и иностранного капитала.
13. Оффшорный бизнес.
14. Порядок создания фирм.
15. Формы участия в предпринимательской деятельности.
16. Предпринимательская деятельность без образования фирмы.
17. Структура и содержание учредительного договора.
18. Основные положения устава фирмы.
19. Реорганизация фирмы и ее разновидности.
20. Порядок ликвидации фирмы.
21. Банкротство и его причины. Процедура банкротства.
22. Виды конкуренции в среде бизнеса.
23. Типы конкурентов. Выбор формы конкурентного поведения фирмы.
24. Основные положения антимонопольного законодательства.
25. Инфраструктура бизнеса и ее элементы.
26. Договорные отношения в среде бизнеса.
27. Контракт. Его структура и содержание.

Примеры вопросов для реализации тестирования по дисциплине. Максимальная оценка – 20 баллов.

1. Анализ бизнеса как одно из направлений экономического анализа проводится:
 - а) в целях планирования, контроля и принятия оптимальных управленческих решений;
 - б) для изучения массовых общественных явлений на разных уровнях управления;для изучения внешней и внутренней среды функционирования предприятия, разработки стратегии и тактики его дальнейшего развития;

- в) для сравнения результатов деятельности крупнейших предприятий с целью выработки оптимального решения управления отраслью;
- г) для разработки целевых программ развития отрасли.

2. Темпом роста называют показатель, рассчитываемый как:

- а) разность между фактическим и базисным значением показателя;
- б) разность между фактическим и плановым или нормативным значением показателя;
- в) отношение фактического значения показателя к базисному или предшествующему значению, обычно выраженное в процентах или представленное в виде коэффициента;
- г) отношение фактического значения показателя к плановому значению, обычно выраженное в процентах или представленное в виде коэффициента;
- д) отношение фактического значения показателя к нормативу или индикатору, обычно выраженное в процентах или представленное в виде коэффициента.

3. Уровень абсолютной платежеспособности туристского предприятия определяется как:

- а) отношение денежных средств к краткосрочным обязательствам;
- б) отношение дебиторской задолженности к краткосрочным обязательствам;
- в) отношение суммы дебиторской задолженности и денежных средств к краткосрочным обязательствам;
- г) отношений величины оборотных средств к краткосрочным обязательствам;
- д) отношение величины оборотных средств к краткосрочным обязательствам.

4. К основным факторам ценообразования на продукты и услуги туристской фирмы относят:

- а) спрос и предложение;
- б) состояние конкуренции на рынке;
- в) уровень издержек предприятия;
- г) уровень издержек предприятия и туристский спрос на продукты и услуги;
- д) туристский спрос, предложение, состояние конкуренции на рынке и уровень издержек предприятия.

5. Основные внешние факторы, влияющие на объем реализации услуг туристского предприятия:

- а) политика государственного регулирования цен на туристские услуги;
- б) среднереализационные цены на услуги, уровень потребительского спроса, сезонные колебания спроса на услуги;
- в) количественные показатели, связанные с наличием ресурсов;
- г) качественные показатели, характеризующие уровень использования ресурсов;
- д) количественные показатели, связанные с наличием ресурсов, и качественные показатели, характеризующие уровень использования ресурсов.

6. Показатели, характеризующие конкурентоспособность туристского предприятия:

- а) комплексность и культура обслуживания, применение прогрессивных форм обслуживания;
- б) качество сырья, материалов, инструментов;
- в) качество применяемого оборудования;
- г) уровень профессиональной подготовки персонала;
- д) деловая репутация.

7. Основной показатель, характеризующий окупаемость затрат туристской фирмы, рассчитывается как:

- а) отношение прибыли к сумме полученной выручки;
- б) отношение прибыли к сумме затрат;
- в) отношение прибыли к среднегодовой стоимости совокупного капитала;
- г) отношение прибыли к среднегодовой стоимости собственного капитала;
- д) отношение прибыли к величине активов.

8. Прибыль до налогообложения по российским стандартам представляет собой:

- а) разность между операционными доходами и операционными расходами;
- б) разность между операционной прибылью и налогом на прибыль;
- в) разность между прибылью от реализации услуг и налогами;
- г) алгебраическую сумму прибыли от реализации туристских услуг и прочих операционных и внереализационных результатов;
- д) алгебраическую сумму операционных результатов, внереализационных результатов и налогом на прибыль.

9. К коммерческой тайне не относится:

- а) планы внедрения новых технологий и видов продукции;
- б) уровень складских запасов;
- в) фактическое состояние рынков сбыта;
- г) документы о платежеспособности.

10. Производственное предпринимательство не включает:

- а) инновационное предпринимательство;
- б) оказание услуг;
- в) товарные биржи.

Примерные темы эссе. За подготовку эссе обучающийся может получить максимум 20 баллов.

- 1. Предпринимательство: сущность, эволюция развития в России.
- 2. Организационно-правовые формы предпринимательства.
- 3. Инновации и предпринимательство.
- 4. Государственное и правовое регулирование предпринимательской деятельности в РФ.
- 5. Этика и культура предпринимательства.
- 6. Малое предпринимательство как фактор увеличения занятости.
- 7. Риск в предпринимательстве.
- 8. Налогообложение предпринимательской деятельности.
- 9. Предпринимательская деятельность малого предприятия.
- 10. Развитие предпринимательства как основа конкурентной среды.
- 11. Конкуренция в современных условиях России.
- 12. Монополизация экономики и монополистическая конкуренция.
- 13. Антимонopolная политика предпринимательства.
- 14. Создание собственного дела.
- 15. Предпринимательская тайна.
- 16. Интеллектуальная собственность как объект инновационного предпринимательства.
- 17. Порядок создания и регистрация инновационного предприятия.
- 18. Организационные формы инновационного предпринимательства.
- 19. Механизм конкуренции инновационного предпринимательства.

20. Риски в инновационном предпринимательстве.
21. Создание и реализация инновационного проекта.
22. Ответственность субъектов предпринимательской деятельности.
23. Предпринимательская среда.
24. Документооборот и документальные системы в предпринимательстве.
25. Автоматизированные информационные системы в предпринимательстве.
26. Интеллектуальные информационные системы в предпринимательстве.
27. Системы поддержки принятия решений и оценочные системы в предпринимательстве.
28. Ответственность субъектов предпринимательской деятельности.
29. Эволюция, сущность и особенности российской предпринимательской деятельности, и ее функционирование.
30. Система экономического и социального управления предпринимательской деятельностью и ее функционирование.
31. Механизмы регулирования предпринимательством.
32. Экономические и социальные цели предпринимательской деятельности.
33. Ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности.
34. Планирование предпринимательской деятельности.
35. Инвестиционное обеспечение предпринимательской деятельности.
36. Диагностика состояния предпринимательской деятельности.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – зачет (очная форма), 5 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины (*зачет*).

1. Основные понятия и определения: характеристика предпринимательства, связь понятий «предпринимательская деятельность», «предпринимательство», «бизнес».
2. Эволюция понятий «предпринимательство» и «предприниматель».
3. Черты предпринимательства.
4. Предпринимательская деятельность: определение и ключевые характеристики.
5. Смысл предпринимательства как профессии.
6. Деловые интересы предпринимателей: понятие, их виды и характеристика.
7. Понятие потенциала предпринимательской конкурентоспособности.
8. Элементы содержания предпринимательской деятельности и их характеристика.
9. Технология организации предпринимательской деятельности: понятие и признаки.
10. Функции предпринимательства и их характеристика.
11. Деловой цикл предпринимателя.
12. Характеристика этапов подготовительной стадии.
13. Предпринимательская идея (бизнес-идея): понятие идеи, источники идей, технология накопления идей, изучение и анализ потребностей (потребность - желание - спрос), виды потребностей.
14. Предпринимательские расчеты.
15. Классификация предпринимательской деятельности по различным признакам.
16. Производственная предпринимательская деятельность: характеристика, преимущества и недостатки:
17. Инновационная предпринимательская деятельность: характеристика, формы.

18. Финансовая предпринимательская деятельность: определение, понятие финансовой услуги, преимущества и недостатки.
19. Коммерческая предпринимательская деятельность:
20. Функциональное назначение посредника: определение, назначение, классификационные признаки.
21. Конкретные виды посреднической деятельности: агентирование, типы агентов, комиссия, консигнация и ее виды, делькредере, брокерство, маклерство, дилерство, дистрибьюторство.
22. Консалтинговая предпринимательская деятельность: понятие, сферы деятельности, виды деятельности.
23. Сущность бизнес-проектирования: понятие проекта, признаки бизнес-проекта и их характеристика, цель бизнес-проекта и задачи.
24. Организация бизнеса: этапы организации предпринимательской деятельности в РФ.
25. Реорганизация бизнеса: понятие и способы.
26. Ликвидация бизнеса: понятие, формы и причины.
27. Понятие и процедура банкротства.
28. Бизнес-план проекта: понятие, назначение, классификация, функции, цель и задачи, принципы.
29. Особенности разработки бизнес-плана.
30. Факторы, влияющие на структуру бизнес-плана. Основные разделы бизнес-плана.
31. Инфраструктура современного бизнеса.
32. Роль инжиниринговых и консалтинговых организаций на рынке.
33. Информационная инфраструктура бизнеса.
34. Оффшорное предпринимательство.
35. Особенности электронного бизнеса.
36. Понятие и виды коммерческих сделок в РФ.
37. Методы и технологии проведения сделок.
38. Формы сотрудничества в сфере производства: лицензирование, проектное финансирование, производственная кооперация, концессия, управление по контракту, подрядное производство, толлинг: виды, мотивы.
39. Лизинг: понятие, субъекты, формы в РФ, классификация, основные черты и особенности лизинга, основные сравнительные преимущества лизинговой сделки.
40. Франчайзинг: понятие, субъекты, история, классификация, характеристика видов, преимущества и недостатки для субъектов и потребителей.
41. Формы сотрудничества в сфере товарообмена: бартер, встречная поставка как разновидность бартера, коммерческая триангуляция.
42. Формы сотрудничества в сфере финансовых отношений: факторинг, коммерческий трансферт.
43. Инновационное предпринимательство.

Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Не предусмотрен

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Чеберко, Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности: учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Чеберко. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 219 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-03107-2 – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/451565>
2. Шеменева, О.В. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие / О.В. Шеменева, Т.В. Харитонов. – Москва: Дашков и К, 2017. – 296 с. – ISBN 978-5-394-01147-4. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com/book/93474>

Б. Дополнительная литература

1. Арустамов, Э.А. Основы бизнеса: учебник / Э.А. Арустамов. – 3-е изд. – Москва: Дашков и К, 2017. – 232 с. – ISBN 978-5-394-01031-6. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com/book/93394>
2. Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие для вузов / Е. Е. Кузьмина. – 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 417 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06627-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/449904>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- Журнал «Менеджмент в России и за рубежом». ISSN: 1028-5857;
- Журнал «Бизнес и общество». ISSN: 2409-6040;
- Журнал «Российское предпринимательство». ISSN: 1994-6937;
- Журнал «Предпринимательство». ISSN: 0869-7051;
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <https://www.economicus.ru/> – Электронный ресурс «Экономический портал».
- <https://www.openbusiness.ru> – Электронный ресурс Энциклопедия российского бизнеса.
- <https://www.business.ru> – Портал о малом бизнесе.
- <https://smbn.ru/msp.htm> Портал бизнес-навигатор МСП.
- <http://smb.gov.ru> – Федеральный портал малого и среднего предпринимательства.
- <http://econom.nsc.ru/obrazov.htm> – Виртуальная экономическая библиотека.
- https://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Организация предпринимательской деятельности»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные

материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Общая характеристика предпринимательства.	<i>Знает:</i> – основные теории предпринимательской деятельности в их историческом развитии; – правовые основы организации предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы коммерческих предприятий, систему государственной регистрации предприятия. <i>Умеет:</i> – грамотно анализировать государственную политику по отношению к предпринимательству; – разрабатывать проекты учредительных документов. <i>Владеет:</i> – методами анализа и оценки информации, отражающей состояние и тенденции развития различных рынков; – категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения; – навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по проблемам предпринимательства.	Работа на практических занятиях Оценка за зачет (5 семестр)
Раздел 2. Организация создания собственного дела.	<i>Знает:</i> – роль современного предпринимательства в инновационном развитии общества; – этапы создания собственного дела; – правовые основы организации предпринимательской деятельности, организационно-правовые формы коммерческих предприятий, систему государственной регистрации предприятия. <i>Умеет:</i> – обосновывать выбор сферы предпринимательской деятельности, способ начала ее осуществления, организационно-правовой формы предприятия в процессе создания конкретного собственного дела;	Оценка за тест Оценка за эссе Работа на практических занятиях Оценка за зачет (5 семестр)

	– разрабатывать проекты учредительных документов; – составлять договоры продажи, аренды предприятия и договор франчайзинга. <i>Владеет:</i> – методами анализа и оценки информации, отражающей состояние и тенденции развития различных рынков; – категориальным аппаратом основ предпринимательства на уровне понимания и свободного воспроизведения; – навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по проблемам предпринимательства; – навыками выступления перед аудиторией с информационными сообщениями, докладами и презентациями по актуальным проблемам российского предпринимательства.	
Раздел 3. Инновационные пути развития предпринимательства.	<i>Знает:</i> – основные теории предпринимательской деятельности в их историческом развитии; – роль современного предпринимательства в инновационном развитии общества; – этапы создания собственного дела. <i>Умеет:</i> – грамотно анализировать государственную политику по отношению к предпринимательству; – обосновывать выбор сферы предпринимательской деятельности, способ начала ее осуществления, организационно-правовой формы предприятия в процессе создания конкретного собственного дела; – определять эффективность предпринимательской деятельности. <i>Владеет:</i> – навыками работы с информационными источниками, учебной и справочной литературой по проблемам предпринимательства.	Устный опрос Работа на практических занятиях Оценка за <i>зачет</i>

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Организация предпринимательской деятельности»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»
на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы информационных технологий»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – Маркетинг и рыночная аналитика

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена:

- к.т.н., доцентом кафедры информатики и компьютерного проектирования Панкрушиной А.В.
- д.т.н., профессором кафедры информатики и компьютерного проектирования Соломатиным А.С.
- к.т.н., доцентом кафедры информатики и компьютерного проектирования Шакиной Э.А.
- старшим преподавателем кафедры информатики и компьютерного проектирования Сафоновой В.Д.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры информатики и компьютерного проектирования

«29» августа 2024 г., протокол № 1

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), накопленным опытом преподавания дисциплин кафедрой **информатики и компьютерного проектирования** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Основы информационных технологий»** относится к обязательной части дисциплин учебного плана. В дисциплине изучаются теоретические аспекты современной теории информационных систем. Подробно описаны формы представления информации, основы информационной культуры, инструменты информационного поиска, проблемы информационного общества, информационные технологии передачи и обработки информации, сведения об экономических информационных системах и технических средствах информационных технологий. Изучение дисциплины базируется на компетенциях, сформированных у обучающихся в общеобразовательной или профессиональной образовательной организации. Предполагается, что студенты знакомы с основными понятиями информатики. Студенты также должны владеть основными навыками работы с ПК.

Цель дисциплины – ознакомление студентов с теоретическими, практическими и методологическими основами современных информационных систем. В рамках изучения дисциплины у студентов формируются теоретические знания и практические навыки по инструментальным средствам программного обеспечения. Студенты изучают на практике виды информационных технологий.

Задачи дисциплины – приобретение студентами прочных теоретических знаний и практических навыков в области информационных технологий.

Дисциплина **«Основы информационных технологий»** преподается в 1 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**:

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1; Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа

		УК-1.2; Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач УК-1.3; Владеет навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; использования системного подхода для решения поставленных задач

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
Естественно-научная подготовка	ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	ОПК-5.1; Знает основные информационные технологии обработки информации
	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.1;. Знает прикладное современное программное обеспечение, применяемое в отрасли ОПК-6.2; Умеет выбрать и применить оптимальную прикладную программу для решения конкретной задачи ОПК-6.3; Владеет навыками применения цифровых технологий для решения задач профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, представления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (информационные технологии)

- современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы.

Уметь:

- выбирать и использовать современные информационно-коммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности
- анализировать профессиональные задачи, выбирать и использовать подходящие ИТ-технологии.

Владеть:

- навыками работы с лежащими в основе ИТ-решений данными
- навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных средств, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Семестр	
	1 семестр	
	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144
Контактная работа – аудиторные занятия:	2,22	80
Лекции (Л)	0,44	16
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32
Лабораторные работы (ЛР)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР)	0,78	28
Переработка учебного материала	0,08	3
Подготовка к практическим занятиям	0,08	3
Подготовка к лабораторным работам	0,08	3
Подготовка к экзамену	0,36	13
Подготовка к промежуточному контролю	0,08	3
Другие виды самостоятельной работы	0,08	3
Виды контроля		
Зачет	-	-
Экзамен	+	+
Контактная самостоятельная работа	1	0,4
Самостоятельно изучение разделов дисциплины		35,6
Вид итогового контроля:	Экзамен	

Вид учебной работы	Семестр	
	1 семестр	
	ЗЕ	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	2,22	60
Лекции (Л)	0,44	12
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24
Лабораторные работы (ЛР)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР)	0,78	21

Переработка учебного материала	0,08	2,25
Подготовка к практическим занятиям	0,08	2,25
Подготовка к лабораторным работам	0,08	2,25
Подготовка к экзамену	0,36	9,75
Подготовка к промежуточному контролю	0,08	2,25
Другие виды самостоятельной работы	0,08	2,25
Виды контроля		
Зачет	-	-
Экзамен	+	+
Контактная самостоятельная работа	1	0,3
Самостоятельно изучение разделов дисциплины		26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/ п	Раздел дисциплины	Академ. часы				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основы информационных технологий	28	4	10	8	6
1.1	Структура операционных систем, пакеты прикладных программ, Microsoft Office.	6	1	2	2	1
1.2	Текстовый редактор WORD. Создание и редактирование текстовых документов с математическими и химическими формулами.	7	1	2	2	2
1.3	Табличный процессор EXCEL. Возможности табличного редактора и использование его для решения информационных и инженерных задач.	6	1	2	2	1
1.4	EXCEL. Операции с массивами.	4,5	0,5	2	1	1
1.5	EXCEL Построение графиков и диаграмм.	4,5	0,5	2	1	1
2.	Раздел 2. Алгоритмы и основы программирования на языке MATLAB	30	3	9	10	8
2.1	Алгоритмы, типы алгоритмов. Обзор пакетов компьютерной математики – Matlab, Mathcad, Mathematica. Характеристики языков программирования.	8	1	3	2	2

2.2	Среда MATLAB. Основные структуры и принципы структурного программирования, иллюстрация.	9	1	2	4	2
2.3	Построение графиков функции одной и двух переменных.	6,5	0,5	2	2	2
2.4	Операции над массивами: векторами и матрицами.	6,5	0,5	2	2	2
3.	Раздел 3. Численные методы. Реализация простейших алгоритмов в среде MATLAB	26	4	8	8	6
3.1	Численные методы, характеристика и их особенности, понятие сходимости метода.	5	1	1	1	2
3.2	Приближение функций. Интерполяция многочленами. Кусочная интерполяция (сплайн). Оценка погрешности.	3,5	0,5	1	1	1
3.3	Вычисление определенных интегралов, алгоритмы методов прямоугольников, трапеций и Симпсона, оценка погрешности методов.	5,5	0,5	2	2	1
3.4	Исследование функции одной переменной. Решение нелинейного уравнения.	6	1	2	2	1
3.5	Исследование функции одной переменной. Поиск экстремума функции.	6	1	2	2	1
4.	Раздел 4. Компьютерные сети. Базы данных.	24	5	5	6	8
4.1	Компьютерные сети: топологии сетей, их характеристики. Программно-техническое обеспечение.	7	2	1	2	2

4.2	Глобальные сети различного масштаба. Возможности сети Интернет, Система телеконференций. Электронная почта. Доступ к информационным ресурсам. Защита информации. Понятие безопасности компьютерной информации.	5	1	1	1	2
4.3	Информационные системы. Системы управления банками и базами данных. Реляционная модель данных. Структура записи, методы доступа к информации.	5	1	1	1	2
4.4	Реляционная база данных ACCESS.	7	1	2	2	2
	ИТОГО	108	16	32	32	28
	Экзамен	36	-	-	-	-
	ИТОГО	144	16	32	32	28

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Основы информационных технологий

1.1. Структура операционных систем, пакеты прикладных программ, Microsoft Office. Классификация программных средств. Системное и прикладное программное обеспечение ПК. Обзор операционных систем (ОС). Принципы создания и состав ОС: ядро, интерфейс, драйверы. Краткая характеристика WINDOWS, модульный принцип построения. Среда WINDOWS: окна, их элементы, работа в многооконном режиме.

1.2. Текстовый редактор WORD, редакторы математических и химических формул. Возможности создания электронных презентаций (Power point). Создание документов различных форм (стандартных и нестандартных). Создание и редактирование текстовых документов с математическими и химическими формулами.

1.3. Табличный процессор EXCEL: обзор, типы и адресация ячеек, формат ячеек, встроенные функции, форматирование таблиц. EXCEL: Возможности табличного редактора и использование его для решения информационных и инженерных задач. Построение графиков и диаграмм.

1.4. EXCEL. Операции с массивами. Разработка и реализация простейших алгоритмов с использованием возможностей редактора (нахождение максимального (минимального) элемента вектора и матрицы, нахождение суммы элементов вектора и матрицы, вычисление матричных выражений). Решение вычислительных задач с использованием таблиц. Решение СЛАУ с использованием обратной матрицы.

1.5. EXCEL Построение графиков и диаграмм. Расчет функциональных зависимостей и построение графических изображений с использованием стандартных функций EXCEL и мастера функций. Построение поверхностей с использованием мастера диаграмм. Построение линий тренда.

Раздел 2. Алгоритмы и основы программирования на языке MATLAB

2.1. Алгоритмы, типы алгоритмов. Понятие алгоритма и его свойства. Способы записи алгоритмов. Модульный принцип построения алгоритмов и программ. Пакет компьютерной математики MATLAB. Характеристики языков программирования. Эволюция и классификация языков программирования, императивные, функциональные, логические, объектно-ориентированные, их комбинации. Понятия трансляции, компиляции, интерпретации, их различия. Языки программирования высокого уровня. Структурное программирование, его особенности. Обзор пакетов компьютерной математики – Matlab, Mathcad, Mathematica.

2.2. Среда MATLAB. Основные структуры и принципы структурного программирования, иллюстрация. Базовые алгоритмические конструкции (следование, ветвление, повторение), их реализации. Операторы языка программирования MATLAB. Основные решатели (solvers) MATLAB для реализации вычислительных алгоритмов. Библиотека стандартных функций size, length, numel, zero, ones, linspace, sum, abs, sin, cos, exp, log, sqrt, num2str, disp, printf.

2.3. Построение графиков функции одной и двух переменных. Использование функций plot, subplot, polar, mesh, surf, polar, meshgrid, surf, contour, оформление графиков(заголовки, подписи по осям и пр.).

2.4. Операции над массивами: векторами и матрицами - сложение, умножение, транспонирование, обращение (inv), вычисление нормы (norm), ранга (rank) и определителя матрицы (det). Алгоритмы нахождения максимального, минимального элемента в массиве, алгоритмы сортировки и их реализация (например, Selection Sort).

Раздел 3. Численные методы. Реализация простейших алгоритмов в среде MATLAB

3.1. Численные методы, характеристика и их особенности, понятие сходимости метода. Элементы теории погрешностей, классификация погрешностей, абсолютная и относительная погрешность, понятие функции нормы. Введение в статистику. Алгоритмы для статистической обработки информации (вычисление точечных и интервальных

оценок результатов измеряемой величины), их реализации в ПКМ MATLAB. Использование функций min, max, median, var, polyfit, polyval.

3.2. Приближение функций. Интерполяция многочленами. Кусочная интерполяция (сплайн). Оценка погрешности. Функции MATLAB для работы с многочленами polyld, polyval, polyfit, polyder, polyint.

3.3. Вычисление определенных интегралов, алгоритмы методов прямоугольников, трапеций и Симпсона, оценка погрешности методов. Реализация алгоритмов численных методов вычисления определенных интегралов в среде MATLAB, применение стандартных функций trapz, quad, integral

3.4. Исследование функции одной переменной. Решение нелинейного уравнения $f(x)=0$. Отделение корней. Алгоритмы уточнения корня (метод половинного деления, Ньютона, простой итерации). Сравнительные характеристики. Реализация алгоритмов в среде MATLAB по блок- схемам и с использованием решателей roots, fzero.

3.5. Исследование функции одной переменной. Поиск экстремума функции. Вычислительные алгоритмы нахождения локальных и глобальных экстремумов (метод деления отрезка пополам, метод золотого сечения), их реализации по блок- схемам и с использованием решателя fminbnd в среде MATLAB.

Раздел 4. Компьютерные сети. Базы данных

4.1. Компьютерные сети: топологии сетей, их характеристики. Топологии сетей: звездная, шинная, кольцевая. Сети закрытого типа: локальные и распределенные сети, корпоративные сети. Программно-техническое обеспечение: адресация, операционная система, адаптеры, драйверы, протоколы (особые языки, на которых обмениваются информацией компьютеры в сети, например, TCP, TCP/IP, UDP).

4.2. Глобальные сети различного масштаба (WAN –Wide Area Net, MS Network, Internet). Возможности сети Интернет, Система телеконференций. Электронная почта. Доступ к информационным ресурсам. Защита информации. Понятие безопасности компьютерной информации: надежность компьютера, сохранность данных, защита от внесения изменений неуполномоченными 50 лицами, сохранение тайны переписки в электронной сети Алгоритмы защиты информации: методы защиты, компьютерные вирусы и борьба с ними. Методы реализации защиты информации: программные, аппаратные, организационные.

4.3. Информационные системы. Системы управления банками и базами данных. Реляционная модель данных. Структура записи, методы доступа к информации. Обмен данными с другими приложениями WINDOWS: текстовыми редакторами и электронными таблицами.

4.4. Реляционная база данных ACCESS. Главное окно, меню команд, панель инструментов. Создание и открытие базы данных. Ввод и редактирование данных в режиме таблицы и режиме конструктора. Формирование запросов. Запросы простые и многотабличные, запросы с условиями. Создание отчетов и форм. Технология реализации простейших задач средствами СУБД ACCESS.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:				
1	– процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, представления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (информационные технологии)	+			+
2	– современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы.		+	+	
	Уметь:				
3	– выбирать и использовать современные информационно-коммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности		+	+	
4	– анализировать профессиональные задачи, выбирать и использовать подходящие ИТ-технологии.				+
	Владеть:				
5	– навыками работы с лежащими в основе ИТ-решений данными	+			
6	– навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных средств, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.		+		+

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные</u> и <u>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :						
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК				
7	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1; Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа	+	+	+	+
		УК-1.2; Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач	+	+	+	+

		УК-1.3; Владеет навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; использования системного подхода для решения поставленных задач	+	+	+	+
	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК				
8	ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	ОПК-5.1;. Знает основные информационные технологии обработки информации	+	+	+	+
9	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.1;. Знает прикладное современное программное обеспечение, применяемое в отрасли	+	+	+	+

		ОПК-6.2; Умеет выбрать и применить оптимальную прикладную программу для решения конкретной задачи	+	+	+	+
		ОПК-6.3; Владеет навыками применения цифровых технологий для решения задач профессиональной деятельности	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1.	Структура операционных систем, пакеты прикладных программ Microsoft Office и их аналоги.	2
2	1.2.	Текстовый редактор WORD, редакторы математических и химических формул. Возможности создания электронных презентаций (Power point).	2
3	1.3.	EXCEL: Возможности табличного редактора и использование его для решения информационных и инженерных задач. Построение графиков и диаграмм.	2
4	1.4.	EXCEL. Операции с массивами. Решение СЛАУ с использованием обратной матрицы и методом Гаусса	2
5	1.5.	Построение графиков и диаграмм. Линии тренда.	2
6	2.1.	Характеристики языков программирования. Основные структуры и принципы структурного программирования.	1
7	2.2.	Алгоритмы, типы алгоритмов.	2
8	2.3.	Среда MATLAB. Базовые алгоритмические конструкции (следование, ветвление, повторение), их реализации.	2
9	2.4.	Построение графиков функции одной и двух переменных в среде MATLAB.	2
10	2.5.	Операции над массивами: векторами и матрицами в среде MATLAB.	2
11	3.1.	Приближение функций. Интерполяция многочленами. Кусочная интерполяция (сплайн). Оценка погрешности.	2
12	3.2.	Вычисление определенных интегралов, алгоритмы методов прямоугольников, трапеций и Симпсона, оценка погрешности методов.	2
13	3.3.	Исследование функции одной переменной. Решение нелинейного уравнения.	2
14	3.4.	Исследование функции одной переменной. Поиск экстремума функции.	2
15	4.1.	Компьютерные сети: топологии сетей, их характеристики. Топологии сетей: звездная, шинная, кольцевая. Сети закрытого типа: локальные и распределенные сети, корпоративные сети.	1
16	4.2.	Глобальные сети различного масштаба (WAN – Wide Area Net, MS Network, Internet).	1

17	4.3.	Информационные системы. Системы управления банками и базами данных. Реляционная модель данных. Структура записи, методы доступа к информации. Обмен данными с другими приложениями WINDOWS: текстовыми редакторами и электронными таблицами.	1
18	4.4.	Система управления базами данных ACCESS: создание пользовательских СУБД, формирование запросов, отчетов и форм.	2

6.2 Лабораторные занятия

Выполнение лабораторного практикума способствует закреплению материала, изучаемого в дисциплине «**Основы информационных технологий**», а также дает:

- знания об основных численных методах, необходимых химикам-технологам;
- умения пользоваться пакетами прикладных программ для обработки, представления и передачи данных;
- умения разрабатывать и пользоваться различными системами баз данных;

Максимальное количество баллов за выполнение лабораторного практикума в 1 семестре составляет 34 балла (максимально по 2 балла за каждую работу, всего 17 работ). Количество работ и баллов за каждую работу может быть изменено в зависимости от их трудоемкости.

Примеры лабораторных работ и разделы, которые они охватывают

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Часы
1	1.1.	Освоение операционной среды WINDOWS.	2
2	1.2.	Редакторы химических и математических формул, текстовый редактор WORD, Power Point. (краткий обзор). Создание документов различных форм (стандартных и нестандартных). Создание и редактирование текстовых документов с математическими и химическими формулами.	2
3	1.3.	Табличный процессор EXCEL: обзор, типы и адресация ячеек, формат ячеек, встроенные функции, форматирование таблиц.	2
4	1.4.	EXCEL: операции с массивами. Алгоритмы и основы программирования на примере нахождения максимального (минимального) элемента вектора и матрицы, нахождения суммы элементов вектора и матрицы; вычисление матричных выражений.	2
5	2.1.	Основы М-языка – структура программы, операторы, основные языковые конструкции, функции.	2
6	2.2.	Среда MATLAB: структура пакета, интерфейс, рабочее пространство и командное окно	2
7	2.3.	Построение графиков (плоских и объемных) в среде MATLAB.	2
8	2.4.	Статистическая обработка результатов измерений. Вычисление точечных (среднего, дисперсии, стандарта) и интервальных оценок случайной	2

		величины. Функции MATLAB для обработки статистических данных.	
9	2.5.	Операции над массивами, матричные вычисления. Реализация и отладка алгоритмов в MATLAB. Написание скриптов нахождения максимального, минимального элемента в массиве.	2
10	3.1.	Приближение функций. Интерполяция, многочлен Лагранжа. Функции MATLAB для работы с многочленами. Кусочная интерполяция (сплайн). Оценка погрешности.	2
11	3.2.	Вычисление определенных интегралов. Алгоритмы методов прямоугольников, трапеций и Симпсона, оценка погрешности методов, достижение требуемой погрешности. Реализация алгоритмов численных методов вычисления определенных интегралов в среде MATLAB, применение стандартных функций и решателей trapz, quad.	2
12	3.3.	Решение нелинейного уравнения $f(x)=0$. Отделение корней. Методы уточнения корня (половинного деления, простой итерации, Ньютона). Сравнительные характеристики. Реализация алгоритмов в среде MATLAB. Встроенные функции MATLAB поиска корней нелинейного уравнения fzero, root.	2
13	3.4.	Поиск экстремума функции одного аргумента. Встроенные функции MATLAB для одномерной безусловной оптимизации fminbnd.	2
14	4.1.	Программно-техническое обеспечение: адресация, операционная система, адаптеры, драйверы, протоколы TCP, TCP/IP, UDP	1
15	4.2.	Возможности сети Интернет, Система телеконференций. Электронная почта. Доступ к информационным ресурсам.	1
16	4.3.	Реляционная база данных ACCESS. Главное окно, меню команд, панель инструментов. Создание и открытие базы данных. Ввод и редактирование данных в режиме таблицы и режиме конструктора.	2
17	4.4.	Формирование запросов. Запросы простые и многотабличные, запросы с условиями. Создание отчетов и форм. Технология реализации простейших задач средствами СУБД ACCESS.	2

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;

- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку к сдаче **экзамена** и лабораторного практикума по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 21 балл), лабораторного практикума (максимальная оценка 34 балла), сдачи реферата (максимальная оценка 5 баллов) и итогового контроля в форме **экзамена** (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

№ п/п	Тема работы
1	Аппаратные средства ПК
2	Поколения ЭВМ
3	История языков программирования
4	Компьютерные сети и их топология
5	Компьютерные вирусы. Методы заражения и борьбы с вирусами
6	Искусственный интеллект: история и перспективы развития, специальные языки программирования
7	Редакторы химических формул
8	Структура сети интернет. IP-адреса и IP-протоколы
9	Криптография и криптосистемы
10	Системы управления базами данных
11	Электронная почта. Принцип работы
12	Поисковые системы. Операторы продвинутого поиска
13	Программное обеспечение вашей специальности
14	Языки технологических расчетов Matlab, Mathcad и Python
15	Синхронизация файлов. Dropbox, ownCloud, BT Sync
16	Dendral – искусственный распознаватель химических структур
17	Web-сервер. Принцип работы, назначение, программное обеспечение для запуска.

Реферат выполняется в форме интерактивной презентации. Оценивается реферат в 5 баллов.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля в 1 семестре предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы в 1 семестре составляет 21 балл, по 7 баллов за каждую работу.

Раздел 1. Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 3 вопроса, 1 балл за первый вопрос, по 2 балла за второй и третий вопрос.

Вариант контрольной работы

- Используя редактор математических формул, записать следующую формулу:

$$(x + a)^n = \sum_{k=0}^n \binom{n}{k} x^k a^{n-k}$$

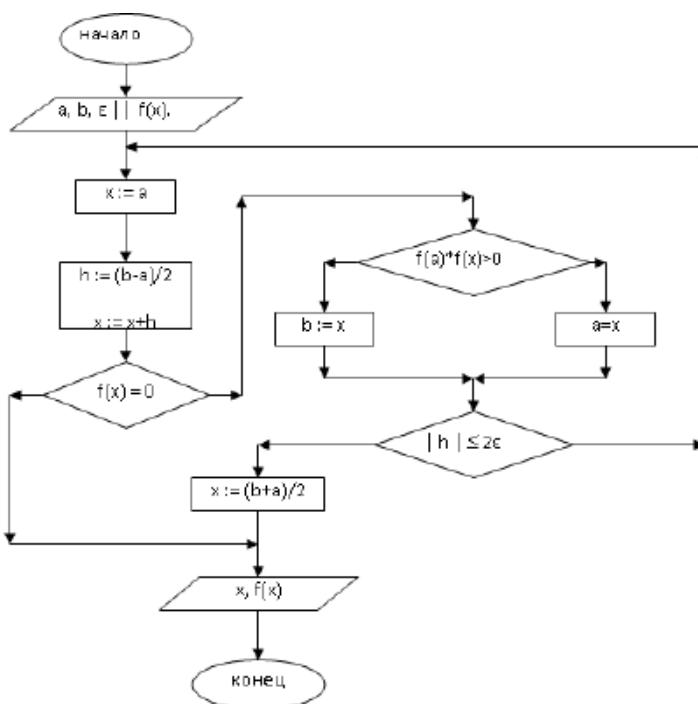
- Построить поверхность $z=2x^3-3y^2$
- Решить СЛАУ методом обратной матрицы:

$$\begin{cases} -7x_1 - 2x_2 - 3x_3 = -7 \\ x_1 - 6x_2 + x_3 = -6 \\ 6x_3 = 6 \end{cases}$$

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 2 вопроса, 3 балла за первый вопрос, 4 балла за второй вопрос.

Вариант контрольной работы

- Алгоритмы методов. Оценка погрешностей методов.
- Составить программу решения уравнения $f(x)=0$ на MATLAB в соответствии с заданной блок-схемой:



Раздел 4. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 2 вопроса, 3 балла за первый вопрос, 4 балла за второй вопрос.

Вариант контрольной работы

- Типы баз данных
- Работа с запросами в базах данных. Для таблицы «Члены-корреспонденты Академии наук» с помощью запросов на выборку изменить порядок следования полей, сделать невидимыми указанные поля, отсортировать записи по предложенному критерию, вывести на экран записи, отвечающие данным условиям.

ФИО	Дата рождения	Специализация	Пол	Год присвоения звания
Александрович А. И.	22.01.1906	поэт	м	1930
Амбросов А. Л.	16.06.1912	фитопатолог-вирусолог	м	1970
Аринчин М. И.	28.02.1914	физиолог	м	1966
Бабосов Е. М.	23.02.1931	философ	м	1977
Бирич Т. В.	10.01.1905	офтальмолог	ж	1972
Бокуть Б. В.	27.10.1926	физик	м	1974
Бондарчик В.К.	01.08.1920	этнограф	м	1972
Будыка С. Х.	17.03.1909	гидролог	м	1972
Гуринович Г. П.	26.04.1933	физик	м	1970
Иванов А. П.	29.12.1929	физик	м	1974
Каменская Н. В.	10.01.1914	историк	ж	1959
Комаров В. С.	29.01.1923	химик	м	1970
Кулаковская Т. Н.	17.02.1919	агрохимик-почвовед	ж	1969
Мацкевич Ю. Ф.	27.07.1911	языковед	ж	1969
Пилипович В. А.	05.01.1931	физик	м	1977
Сикорский В. М.	10.10.1923	историк	м	1972
Старобинец Г. Л.	14.05.1910	химик	м	1969
Судник М. Р.	08.11.1910	языковед	м	1970
Ткачев В. Д.	19.02.1939	физик	м	1974
Хотылева Л. В.	12.03.1928	генетик	ж	1972
Шабуня К. И.	28.10.1912	историк	м	1969
Широканов Д. И.	20.05.1929	философ	м	1974

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины.

8.3.1. Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины (экзамен).

Максимальное количество баллов за *экзамен* – 40 баллов.

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по разделам 1-4 рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 1 баллов.

Список теоретических вопросов к экзамену.

1. Наука информатика. Цели и задачи. Информатика, информация и информатизация
2. Два подхода к измерению информации. Измерение информации.

3. История развития ЭВМ. Поколения ЭВМ
4. Системы счисления и их использование в ЭВМ. Правила перевода чисел из различных систем счисления
5. Структура ЭВМ по фон Нейману. Основные устройства
6. Внешние запоминающие устройства. Размещение информации на носителях
7. Программное обеспечение. Структура, типы.
8. Интерфейс, дружественный интерфейс. Драйверы. Сервисные средства
9. Языки программирования. История создания. Языки высокого уровня
10. Компиляторы и интерпретаторы. Основы структурного программирования
11. Компьютерные сети. Топология сетей.
12. Компьютерные сети. Уровни сетей.
13. Компьютерные сети. Глобальные и локальные сети. Основные сервисы глобальной сети.
14. Компьютерные сети. Сетевые протоколы. Доменные имена
15. Базы данных. Типы баз данных. Структура базы данных
16. Базы данных. Реляционные модели данных.
17. Базы данных. Типы отношений. Нормализация отношений.
18. Алгоритмы и блок-схемы. Основные элементы блок-схем.
19. Алгоритмы и блок-схемы. Основные типы блок-схем.
20. Матричные операции. Типы матриц. Вектор-столбцы и вектор-строки.
21. Действия с массивами. Операции умножения, сложения, транспонирования. Вычисление евклидовой нормы.
22. Системы линейных алгебраических уравнений. Матричное представление СЛАУ. Обусловленность СЛАУ
23. Решение СЛАУ методом обратной матрицы.
24. Приближение функции. Интерполяция многочленом Лагранжа
25. Приближение функции. Аппроксимация методом наименьших квадратов
26. Методы численного интегрирования. Оценка погрешности методов.
27. Решение нелинейного уравнения. Отделение корней.
28. Решение нелинейного уравнения. Уточнение корней. Метод половинного деления.
29. Решение нелинейного уравнения. Уточнение корней. Метод касательных.
30. Поиск экстремума функции одной переменной. Задача одномерной оптимизации. Метод деления отрезка пополам.
31. Поиск экстремума функции одной переменной. Задача одномерной оптимизации. Метод деления отрезка на 3 равные части.
32. Поиск экстремума функции одной переменной. Задача одномерной оптимизации. Метод золотого сечения.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (1 семестр).

Экзамен по дисциплине «*Основы информационных технологий*» включает контрольные вопросы по разделам 1-4 рабочей программы дисциплины. Билет для *экзамена* состоит из 2 вопросов, относящихся к указанным разделам.

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» <u>И.о. зав. кафедрой ИКП</u> (Должность, наименование кафедры) <u>Панкрушина А.В.</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2024 г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра информатики и компьютерного проектирования
	38.03.02 Менеджмент
Основы информационных технологий	
Билет № 1 1. Алгоритмы и блок-схемы. Основные элементы блок-схем. 2. Написать программу по заданной блок-схеме <pre> graph TD Start([Начало]) --> Input[/Ввод a, b, c/] Input --> Assign[min = a] Assign --> Dec1{b < min} Dec1 -- Да --> AssignB[min = b] AssignB --> Dec2{c < min} Dec1 -- Нет --> Dec2 Dec2 -- Да --> AssignC[min = c] Dec2 -- Нет --> Output[/Выход min/] Output --> End([Конеч]) </pre>	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Гартман Т.Н., Панкрушина А.В., Сафонова В.Д., Шакина Э.А., Сеннер С.А. Одномерная и многомерная оптимизация с применением современных информационных технологий: [учеб. пособие] – М.: Изд-во РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2023. – 96 с.
2. Гартман Т.Н., Панкрушина А.В., Васильев А.С. Решение вычислительных задач на языке Python в химии и химической технологии: [учеб. пособие] – М.: Изд-во РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2020. – 176 с.
3. Гартман Т.Н., Клушин Д.В. Моделирование химико-технологических процессов. Принципы применения пакетов компьютерной математики: [учеб. пособие] / Гартман Т.Н., Клушин Д.В. – СПб.: Изд-во Лань, 2020. – 404 с.

Б. Дополнительная литература

1. Шакина Э.А., Сафонова В.Д., Павлов А.С., Советин Ф.С., Сеннер С.А., Гартман Т.Н., Асеев К.М. Обработка результатов исследований с применением

многофункционального табличного редактора: [учеб. пособие] – М.: Изд-во РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2018. – 60 с.

2. Шакина Э.А., Советин Ф.С., Сеннер С.А., Миронов В.И., Калинин В.Н., Артемьева Л.И., Соломатин А.С. – М.: Введение в информатику. РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2012. – 80 с.

3. Гартман Т.Н., Клушин Д.В.: Основы компьютерного моделирования химико-технологических процессов; учебное пособие для ВУЗов. – М. изд. «Академкнига», 2008. – 416 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://intuit.ru>
- <http://wolframalfa.com>
- <http://mathnet.ru>
- <http://arxiv.org> и archive.org

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 80);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 120);
- Текстовый редактор Microsoft Word 2019 (и выше)
- Табличный редактор Microsoft Excel 2019 (и выше)
- Редактор презентаций PowerPoint 2019 (и выше)
- Комплект технических средств для демонстрации презентаций
- Лицензионный пакет MATLAB – сетевая версия на 30 рабочих станций
- Учебный портал РХТУ им. Д.И. Менделеева
- Почтовый мессенджер e-mail
- Мессенджер Telegram
- Видеоконференции в Skype, Zoom, Microsoft Teams
- Электронная информационно-образовательная среда ЭИОС

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные,

справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Основы информационных технологий»* проводятся в форме лекций, практических занятий, лабораторных работ и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

- Учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью;
- учебная аудитория для проведения лабораторных занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации;
- компьютерные классы, насчитывающие не менее 10 посадочных мест с предустановленным программным обеспечением для выполнения лабораторных работ;
- библиотека, имеющая рабочие компьютерные места, оснащённые компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Учебные пособия по дисциплине. Электронный раздаточный материал к разделам курса. Демонстрационный материал по курсу.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

- персональные компьютеры, укомплектованные проигрывателями CD и DVD, принтерами и программными средствами, проекторы, экраны;
- аудитории со стационарными комплексами отображения информации с любого электронного носителя;
- WEB-камеры;
- цифровой фотоаппарат;
- копировальные аппараты;
- локальная сеть с выходом в Интернет;

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Учебники, учебные и учебно-методические пособия по основным разделам курса.

Электронные образовательные ресурсы: кафедральные библиотеки электронных изданий, электронный конспект материалов по дисциплине, электронные презентации по темам курса; учебно-методические разработки кафедры в электронном виде; справочные материалы в электронном виде.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINHOME 10 Russian OLV NL Each AcademicEdition	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	150 лицензий для активации на рабочих станциях	бессрочная
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: • Word • Excel • Power Point • Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 от 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	MATLAB Academic Individual и Optimization Toolbox Academic Individual	Договор № Tr000210400 с АО «СофтЛайн Трейд», акт предоставления прав №Tr087691 от 27.12.2017	10	бессрочная
4	MATLAB Classroom Suite new Product From 25 to 49 Concurrent Licenses (per License)	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	25	бессрочная

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Основы информационных технологий.	<i>Знает:</i> – процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, представления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (информационные технологии) <i>Владеет:</i> – навыками работы с лежащими в основе ИТ-решений данными	Оценка за контрольную работу №1 (1 семестр) Оценка за лабораторный практикум (1 семестр) Оценка за экзамен (1 семестр)
Раздел 2. Алгоритмы и основы программирования на языке MATLAB.	<i>Знает:</i> – современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы. <i>Умеет:</i> – выбирать и использовать современные информационно-коммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности <i>Владеет:</i> – навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных средств, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.	Оценка за контрольную работу №1 (1 семестр) Оценка за лабораторный практикум (1 семестр) Оценка за экзамен (1 семестр)

Раздел 3. Численные методы. Реализация простейших алгоритмов в среде MATLAB.	<i>Знает:</i> – современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы. <i>Умеет:</i> – выбирать и использовать современные информационно-коммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности	Оценка за контрольную работу №2 (1 семестр) Оценка за лабораторный практикум (1 семестр) Оценка за экзамен (1 семестр)
Раздел 4. Компьютерные сети. Базы данных.	<i>Знает:</i> – процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, представления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (информационные технологии) <i>Умеет:</i> – анализировать профессиональные задачи, выбирать и использовать подходящие ИТ-технологии. <i>Владеет:</i> – навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных средств, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.	Оценка за контрольную работу №3 (1 семестр) Оценка за лабораторный практикум (1 семестр) Оценка за экзамен (1 семестр)

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);
- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;
- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины

**«Основы информационных технологий»
направления подготовки (специальности)**

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

Маркетинг и рыночная аналитика

(наименование профиля подготовки (магистерской программы, специализации))

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы менеджмента»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга кандидатом экономических наук, доцентом С.А. Трониным

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой Менеджмента и маркетинга РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина **«Основы менеджмента»** относится к вариативной части учебного плана и рассчитана на изучение в 1 семестре. Программа предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области базовых общеэкономических курсов (экономическая теория)

Цель дисциплины – формирование системы знаний и умений в области управления. Данный курс дает будущим специалистам базу для решения актуальных задач в области общего менеджмента организаций, методов принятия управленческих решений и осуществления лидерских функций.

Задачи дисциплины:

- сущности, специфики, роли и значения современного менеджмента, его места в системе научного знания;
- основных законов и закономерностей функционирования социальных систем (организаций);
- основных функций, принципов и методов управления; системы разработки и принятия управленческих решений;
- основных критериев и факторов эффективности менеджмента;
- проблем этики и психологии бизнеса, способов разрешения и профилактики конфликтных ситуаций в организациях.

Дисциплина **«Основы менеджмента»** преподается в 3 семестре для очной и в 3 семестре для очно-заочной формы обучения. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Знает основы деловой коммуникации, правила и закономерности устной и письменной формы речи, требования к деловой коммуникации на русском и иностранном языках;
		УК-4.2. Умеет применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках;

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основы управления предприятием,
- функции менеджмента,
- виды организационных структур,
- принципы управления персоналом,
- основы принятия управленческих решений,
- виды стратегий развития деятельности предприятия.

Уметь:

- обеспечить комплексный подход в рассмотрении отдельных экономических и профессиональных проблем,
- находить оптимальные решения в стандартных и нестандартных ситуациях,
- применять методы организации труда для эффективного управления человеческими, финансовыми, материальными, информационно-технологическими ресурсами предприятия.

Владеть:

- методами и принципами управления производством, планирования деятельности компании в условиях рынка,
- методикой принятия эффективных решений и разрешения психологических проблем, возникающих в процессе формирования коллектива и управления им.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,35	48	36
Лекции	0,9	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,65	60	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,65	60	45
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,66	24	18
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,34	84	63
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,34	84	63
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Модуль 1. Современные концепции менеджмента	12	4	2	-	6
1.1	Теоретические основы менеджмента	3	1	-	-	2
1.2	Эволюция теории и практики.	5	2	1	-	2
1.3	Организация как система.	4	1	1	-	2
2.	Модуль 2. Основные функции менеджмента	64	20	10	-	34
2.1	Планирование в менеджменте	20	6	2	-	12
2.2	Структура управления организацией	24	8	4	-	12
2.3	Принятие управленческих решений	20	6	4	-	10
3.	Модуль 3. Современный менеджер и его деятельность.	32	8	4	-	20
3.1	Специфика деятельности менеджера	9	2	1	-	6
3.2	Лидерство, типология. Формы власти	11	4	1	-	6
3.3	Конфликты как структурная составляющая организации	12	2	2	-	8
	ИТОГО	108	32	16	-	60
	ЭКЗАМЕН	36				
	ИТОГО	144				

Очно-заочная форма

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Модуль 1. Современные концепции менеджмента	12	2	1	-	10
1.1	Теоретические основы менеджмента	4	0,5	-	-	2
1.2	Эволюция теории и практики.	4	1	0,5	-	4
1.3	Организация как система.	4	0,5	0,5	-	4
2.	Модуль 2. Основные функции менеджмента	64	10	5	-	44
2.1	Планирование в менеджменте	20	3	1	-	14
2.2	Структура управления организацией	24	4	2	-	14
2.3	Принятие управленческих решений	20	3	2	-	16
3.	Модуль 3. Современный менеджер и его деятельность.	32	4	2	-	30
3.1	Специфика деятельности менеджера	10	1	0,5	-	8
3.2	Лидерство, типология. Формы власти	10	2	0,5	-	8
3.3	Конфликты как структурная составляющая организации	12	1	1	-	14
	ИТОГО	135	16	8	-	84
	ЭКЗАМЕН	36			-	
	ИТОГО	144				

4.2. Содержание разделов дисциплины

Модуль 1. Современные концепции менеджмента

Теоретические основы менеджмента. Сущность менеджмента, его место в общей теории управления. Основные значения понятия «менеджмент». Менеджмент как наука и практика управления. Цели менеджмента. Функции менеджмента, их взаимосвязь. Виды менеджмента. Особенности современного менеджмента. Процесс управленческого труда в организации.

Эволюция теории и практики управления как основа развития современного менеджмента. Историческая последовательность в развитии теории и практики управления. Основные школы и научные подходы к управлению. Школа научного управления. Административная школа менеджмента. Школа человеческих отношений. Менеджмент как процесс.

Организация как система. Эффективность организации. Общие характеристики организации. Типы организаций по Минцбергу. Современная классификация ресурсов организации. Пути повышения эффективности организации. Взаимодействие организация – среда. Среда прямого и косвенного воздействия. Факторы внешней среды. Роль внешней среды в современных условиях России. Внутренняя среда организации.

Модуль 2. Основные функции менеджмента.

Планирование в менеджменте. Сущность и задачи планирования. Виды планирования. Необходимость и сущность стратегического планирования, процесс стратегического планирования. Миссия и видение компаний. Факторы и критерии выбора миссии. Выбор целей, их конкретность, измеримость, достижимость и временная определенность. Иерархия целей. Понятие «дерева целей». Анализ стратегических альтернатив и выбор стратегии. Реализация стратегии – выбор тактики и политики, разработка процедур, правил, бюджетов.

Структура управления организацией. Формальные и неформальные организации. Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Необходимость разработки организационной структуры. Принципы построения. Типы организационных структур. Необходимость координации деятельности подразделений. Централизация и децентрализация. Показатели и факторы, определяющие степень децентрализации. Сравнительная характеристика централизованных и децентрализованных систем управления. Делегирование. Необходимость и сущность делегирования. Понятие ответственности и полномочий. Проблемы осуществления делегирования с точки зрения руководителя и подчиненного.

Мотивация и потребности. Сущность мотиваций и их роль в повышении эффективности организации. Модель мотивации. Потребности как основа мотивации. Содержательные и процессуальные теории мотивации. Пирамида А. Маслоу. Теория К. Альдерфера. Двухфакторная теория Ф. Герцберга. Теория потребностей Д. МакКлелланда. Теория ожиданий Врума. Теория справедливости. Модель Портера – Лоулера. Место мотивации в различных системах управления (США, Япония). Материальное и моральное поощрение.

Коммуникационные процессы в менеджменте. Коммуникации, основные элементы. Модель коммуникационного процесса. Обратная связь и помехи. Факторы, влияющие на процесс коммуникаций. Виды коммуникаций, их влияние на эффективность управленческой деятельности. Совершенствование организационных коммуникаций.

Принятие и реализация управленческих решений. Процесс принятия управленческих решений и его сущность. Классификация управленческих решений. Подходы к принятию решений. Этапы рационального принятия решений. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений. Состояние среды принятия решения. Значение информации при принятии решений. Методы принятия решений. Особенности методов коллективного решения проблем.

Контроль. Сущность контроля и его роль в менеджменте. Принципы контроля. Воздействие на психологический климат в коллективе. Сбалансированная система показателей. Виды

контроля. Специфика каждого вида применительно к отдельным группам ресурсов. Процесс контроля, его этапы. Эффективный контроль. Экономичность контроля.

Модуль 3. Современный менеджер и его деятельность.

Менеджер и его деятельность. Менеджер и специфика его деятельности. Отличительные особенности понятий "менеджер", "предприниматель", "бизнесмен". Требования, предъявляемые к менеджерам.

Функции и обязанности менеджера. Менеджеры высшего, среднего и низшего звена. Менеджер и лидер. Понятие лидерства. Влияние и власть. Формы власти. Стили руководства и типы руководителей. Теории «Х» и «У» Д. МакГрегора. Исследования лидерства в Огайо и Мичигане. Типология лидерства по Лайкерту. Управленческая решетка Блейка и Моутон и классификация стилей руководства. Ситуационные теории лидерства. Связь стиля руководства и ситуации. Эффективность деятельности менеджера.

Психологический климат в коллективе. Конфликт как органическая составляющая жизни общества и организации. Сущность и стадии развития конфликта. Функциональный конфликт. Дисфункциональные конфликты и их разрушительное действие. Типы конфликтов. Условия возникновения конфликтов. Межличностные стили разрешения конфликтов. Структурные методы разрешения конфликтов.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:				
1	– основы управления предприятием,		+	+	+
2	– функции менеджмента,		+	+	+
3	– виды организационных структур,		+		+
4	– принципы управления персоналом,			+	+
5	– основы принятия управленческих решений,		+		
6	– виды стратегий развития деятельности предприятия.			+	
	Уметь:				
7	– обеспечить комплексный подход в рассмотрении отдельных экономических и профессиональных проблем,		+		
8	– находить оптимальные решения в стандартных и нестандартных ситуациях,			+	
9	– применять методы организации труда для эффективного управления человеческими, финансовыми, материальными, информационно-технологическими ресурсами предприятия		+		+
	Владеть:				
10	– методами и принципами управления производством, планирования деятельности компании в условиях рынка,		+	+	
11	– методикой принятия эффективных решений и разрешения психологических проблем, возникающих в процессе формирования коллектива и управления им.			+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :					
	Код и наименование УК.	Код и наименование индикатора достижения УК.			
12	– УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке	– УК-4.1. Знает основы деловой коммуникации, правила и закономерности устной и письменной формы речи, требования к деловой коммуникации на русском и иностранном языках;	+	+	+

	Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	– УК-4.2. Умеет применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках;	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Особенности современного менеджмента.	2
2	2	Планирование в организации.	2
3	2	Организационные структуры.	2
4	2	Управление в организации через мотивацию.	2
5	2	Контроль в организации.	2
6	2	Совершенствование организационных коммуникаций	2
7	3	Лидерство в организации.	2
8	3	Конфликт. Межличностные стили разрешения конфликтов.	2

Очно-заочная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Особенности современного менеджмента.	1
2	2	Планирование в организации.	1
3	2	Организационные структуры.	1
4	2	Управление в организации через мотивацию.	1
5	2	Контроль в организации.	1
6	2	Совершенствование организационных коммуникаций	1
7	3	Лидерство в организации.	1
8	3	Конфликт. Межличностные стили разрешения конфликтов.	1

6.2. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Рабочей программой дисциплины *«Основы менеджмента»* предусмотрена самостоятельная работа студента бакалавриата в объеме 60 часов в 4 семестре плюс 36 часов - подготовка к *экзамену* по очной форме обучения и в объеме 84 часа в 6 семестре плюс 36 часов - подготовка к *экзамену* по очно-заочной форме обучения. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;

- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку к сдаче **экзамена** по дисциплине.

Рекомендуется следующие виды самостоятельной работы:

- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- задания для самостоятельной работы;
- написание рефератов;
- заучивание терминологии;
- решение кейс-заданий;
- работа над тестами.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 15 баллов), подготовки рефератов (докладов) (максимальная оценка 15 баллов), решения кейс-заданий (максимальная оценка 15 баллов), прохождение тестов (максимальная оценка 15 баллов). Контроль освоения дисциплины – экзамен – 40 баллов, в семестре должны быть набраны баллы по каждой теме..

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

1. Назовите основные значения понятия «менеджмент».
2. Дайте актуальное на сегодняшний день определение менеджмента.
3. Назовите последовательно ключевые ступени эволюции менеджмента.
4. В конце XIX века менеджеры рассматривались как администраторы. С выполнением каких функций тогда была связана их роль?
5. Согласны ли Вы с утверждением "менеджмент - это менеджмент бизнеса". Почему?
6. Менеджмент – наука или искусство?
7. Перечислите общие характеристики организации.
8. Как можно использовать неформальные организации на пользу формальной?
9. Приведите пример преобразования организации из неформальной в формальную.
10. Перечислите основные функции менеджмента.
11. Перечислите факторы, понижающие эффективность решений.
12. Принципы и методы научного менеджмента по Ф.У. Тейлору.
13. Основные функции и принципы управления по А. Файолю.
14. Значение результатов Хоторнских экспериментов для изучения социально-психологических аспектов менеджмента.
15. Основные теоретические подходы в менеджменте: процессный, системный и ситуационный.
16. Современный менеджмент: особенности, направления, перспективы развития.
17. Почему необходимо управление? Что такое современное управление?

18. Миссия организации и стратегические перспективы. Каковы основные характеристики миссии предприятия?
19. Что такое организационная структура?
20. В чем состоят преимущества и недостатки централизованной и децентрализованной организации?
21. Проиллюстрируйте собственными примерами правильность идеи деления организаций на формальные и неформальные.
22. Составляющие и значение теории «Х» и «Y» Д. Макгрегора для развития проблем мотивации и лидерства.
23. Сравнение теорий А. Маслоу и К. Альдерфера.
24. Каким образом можно использовать теорию А. Маслоу с точки зрения решения управленческих задач?
25. Какие переменные мотивации выделял в своей модели В. Врум?
26. Каким образом осуществляется процесс мотивирования в модели Портера – Лоулера?
27. В чем состоит основная идея теории «справедливости» С. Адамса?
28. Сравнительный анализ основных поведенческих теорий лидерства.
29. Сравнительный анализ основных ситуационных теорий лидерства.
30. Какие факторы Фидлер рассматривал как ситуационные?
31. Назовите основные подходы к принятию решений?
32. Охарактеризуйте значение коммуникаций при исполнении ролей менеджера?

Примеры вопросов для реализации тестирования по дисциплине.

1. В теории управления эволюцию концепций менеджмента представляют такие управленческие школы как:
 - а. комплексного и маркетингового управления
 - б. научного управления и административная (классическая) в. социально-этического управления
 - в. человеческих отношений и поведенческих наук
2. К характеристикам организационных структур органического типа относятся:
 - а. четкая иерархия
 - б. возможность самовыражения
 - в. постоянные изменения лидеров
 - г. разделение каждой задачи на ряд процедур
3. При органическом подходе работником больше движут
 - а. внутреннее вознаграждение
 - б. система формального контроля
 - в. четкие права и ответственность
 - г. самомотивация
4. Что относится к категории «внутреннего вознаграждения»?
 - а. зарплата
 - б. карьера
 - в. сама работа
 - г. признание окружающих
5. Какие основные факторы участвуют в модели мотивации Виктора Врума?
 - а. сложность и напряженность работы, и уровень вознаграждения

- б. ожидание возможности результата, ожидание возможного вознаграждения от этого результата и ожидание ценности вознаграждения
- в. потребность в уважении к себе, самоутверждение, потребность в принадлежности в социальной группе
- г. гигиенические факторы, факторы, связанные с характером и существом работы

6. В теории менеджмента, решение, не зависящее от прошлого опыта, а основанное на объективном аналитическом процессе, является:
- а. интуитивным
 - б. рациональным
 - в. аналитическим
 - г. основанным на суждениях

7. Выделяют следующие стили управления ...

- а. харизматический
- б. либеральный
- в. авторитарный
- г. демократический
- д. ситуационный

8. Коммуникационная связь между начальником отдела кадров и главным бухгалтером является:
- а. диагональной
 - б. вертикальной
 - в. формальной
 - г. горизонтальной

9. Чем опасно чрезмерное количество подчиненных?

- а. разрастанием бюрократического аппарата
- б. потерей управляемости коллектива
- в. дублированием усилий
- г. всем перечисленным

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (3 семестр – экзамен для очной формы обучения, 3 семестр – экзамен для очно-заочной формы обучения).

Максимальное количество баллов за экзамен – 40 баллов. Экзаменационный билет содержит 2 вопроса, каждый оценивается из 20 баллов.

- 1. Сущность менеджмента, его место в общей теории управления.
- 2. Принципы и функции менеджмента.
- 3. Современный менеджмент. Особенности развития менеджмента в России.
- 4. Основные этапы развития теории и практики менеджмента. Основные школы менеджмента.
- 5. Классическое направление в менеджменте. Ф. Тейлор, М. Вебер, А. Файоль.
- 6. Принципы рациональной бюрократии.
- 7. Школа человеческих отношений и бихевиоризм.
- 8. Сущность системного подхода в менеджменте.
- 9. Сущность ситуационного подхода в менеджменте.
- 10. Планирование как функция менеджмента. Необходимость и сущность стратегического планирования.
- 11. Цели организации, их выбор. Миссия организации.

12. Внешняя и внутренняя среда организации.
13. Организация как объект менеджмента. Формальные и неформальные организации.
14. Организация и ее общая характеристика. Эффективность организации.
15. Организационные структуры управления.
16. Виды организационных структур.
17. Централизация и децентрализация управления, сравнительная характеристика. Факторы, определяющие степень децентрализации.
18. Делегирование полномочий. Делегирование и руководство.
19. Необходимость делегирования полномочий. Принципы делегирования полномочий.
20. Нормы управляемости для руководителей.
21. Процесс принятия решений, виды и критерии принятия решений.
22. Роль информационного фактора в принятии решений. Рациональное управленческое решение.
23. Рисковые ситуации в принятии решения. Виды рисков.
24. Потребности как основа мотивации. Мотивации и их роль в повышении эффективности организаций.
25. Содержательные теории мотивации.
26. Процессуальные теории мотивации.
27. Мотивационная модель Портера-Лоулера и ее значение для практики менеджмента.
28. Власть и влияние. Баланс власти.
29. Формы власти и влияния. Эффективность власти. Понятие харизмы.
30. Теория лидерства. Руководитель и лидер. Стили лидерства.
31. Управленческая решетка Блейк-Мутона.
32. Коммуникации в управлении. Элементы и типы процесса коммуникаций.
33. Межличностные и организационные коммуникации.
34. Сущность и роль контроля в менеджменте. Виды контроля. Понятие эффективного контроля.
35. Процедура контроля и ее этапы.
36. Финансовый контроль. Важнейшие экономические показатели деятельности фирмы.
37. Конфликт и его сущность, условия возникновения.
38. Типы конфликтов. Модель конфликта.
39. Конфликт как составляющая жизни организации. Предупреждение и разрешение конфликтных ситуаций – важнейшая задача менеджера.
40. Деятельность менеджера в организации. Функции, выполняемые менеджером. Причины неудач в карьере менеджера.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (3 семестр для очной формы обучения, 3 семестр для очно-заочной формы обучения).

Экзамен по дисциплине «*Основы менеджмента*» включает контрольные вопросы по всем разделам учебной программы дисциплины. **Экзамен** проводится в 3 семестре для обучающихся по очной форме обучения и во 2 семестре для студентов заочной формы обучения. Экзаменационный билет состоит из 2 вопросов, относящихся к разным разделам курса. Вопросы билета предусматривают развернутые ответы студента по достаточно объемной тематике. Ответы оцениваются из 40 баллов

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) _____ <u>Д.С. Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2022 г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации»
Основы менеджмента	
Билет № 1	
1. Организация и её общая характеристика. Эффективность организации. 2. Сущность и роль контроля в менеджменте. Виды контроля. Понятие эффективного контроля	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01757-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490032>
2. Петров, А. Н. Менеджмент: учебник для бакалавров / А. Н. Петров; отв. ред. А. Н. Петров.

Б. Дополнительная литература

1. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / И. Н. Шапкин [и др.] ; под общей редакцией И. Н. Шапкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 313 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04627-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492481>
2. Герчикова И. Н. Менеджмент: учебник. — М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1997 — 501 с.
3. Друкер П. Практика менеджмента. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015 — 436 с.
4. 6.Гавриленко Н. И. Основы менеджмента: учебное пособие. — М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2010. — 146 с.
5. 7.Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Э. М. Коротков.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению курсовой работы.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736.
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627.
- Журнал «Менеджмент в России и за рубежом». ISSN: 1028-5857.

- Журнал «Кадры предприятия». ISSN:1814-8468.
- Журнал «Человеческий капитал и профессиональное образование».ISSN: 2226-9177.
- Журнал «Экономика развития». ISSN:1683-1942.
- Журнал «Справочник по управлению персоналом». ISSN: 1727-1029.
- Журнал «Вестник Академии права и Управления». ISSN: 2074-9201.
- Журнал «Акционерное общество: Вопросы корпоративного управления». ISSN:1726-9059.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.uptp.ru/content/> - Проблемы теории и практики управления.
- <http://www.forbes.ru/> - Forbes Russia.
- <http://www.pragmatist.ru/> – Энциклопедия менеджмента [Электронный ресурс].
- <https://hbr-russia.ru/> – Harvard Business Review – Россия.
- <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту.
- <https://www.biblio-online.ru> – электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ».
- <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека eLibrary.ru.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 7, (общее число слайдов – 380);
- банк контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 115);
- банк вопросов для итогового контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 65).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Основы менеджмента»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточные материалы к отдельным разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные принтерами и программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебники и учебные пособия по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде по теории организации и организационному поведению, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты догово- ра поставки	Количество лицен- зий	Срок окончания дей- ствия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом пе- рехода на обновлён- ную версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Rus- sian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом пе- рехода на обновлён- ную версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Модуль 1. Современные концепции менеджмента	<i>Знает:</i> – основы управления предприятием, – функции менеджмента, – виды организационных структур, – основы принятия управленческих решений. <i>Умеет:</i> – обеспечить комплексный подход в рассмотрении отдельных экономических и профессиональных проблем. – применять методы организации труда для эффективного управления человеческими, финансовыми, материальными, информационно-технологическими ресурсами предприятия. <i>Владеет:</i> – методами и принципами управления производством, планирования деятельности компании в условиях рынка.	Оценка за контрольную работу (3 семестр для очной формы обучения и 3 семестр для очно-заочной формы обучения)
Модуль 2. Основные функции менеджмента	<i>Знает:</i> – основы управления предприятием, – функции менеджмента, – принципы управления персоналом. – виды стратегий развития деятельности предприятия. <i>Умеет:</i> – находить оптимальные решения в стандартных и нестандартных ситуациях. <i>Владеет:</i> – методами и принципами управления производством, планирования деятельности компании в условиях рынка, – методикой принятия эффективных решений и разрешения психологических проблем, возникающих в процессе	Оценка за контрольную работу (3 семестр для очной формы обучения и 3 семестр для очно-заочной формы обучения)

	формирования коллектива и управления им. – .	
Модуль 3. Современный менеджер и его деятельность	<i>Знает:</i> – основы управления предприятием, – функции менеджмента, – виды организационных структур, – принципы управления персоналом. <i>Умеет:</i> – применять методы организации труда для эффективного управления человеческими, финансовыми, материальными, информационно-технологическими ресурсами предприятия. <i>Владеет:</i> – методикой принятия эффективных решений и разрешения психологических проблем, возникающих в процессе формирования коллектива и управления им.	Оценка за контрольную работу (3 семестр для очной формы обучения и 3 семестр для очно-заочной формы обучения) Оценка на <i>экзамене</i> (3 семестр для очной формы обучения и 3 семестр для очно-заочной формы обучения)

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Основы менеджмента»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

« Маркетинг и рыночная аналитика »
наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы управления проектами»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом технических наук, старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга Л.Е. Копыловой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Основы управления проектами»** относится к вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики, менеджмента и маркетинга.

Цель дисциплины – получение студентами практических навыков по запуску и управлению проектами. Данный курс участвует в формировании компетенций, обеспечивающих возможность координации управления и реализации проектов, в том числе социального характера, требуемого качества, в установленные сроки, в рамках принятого бюджета.

Задачи дисциплины:

- формирование у обучающихся системных знаний в области проектного управления;
- ознакомление студентов с мировыми практиками проектной деятельности;
- формирование у студентов навыков и механизмов управления проектами.

Дисциплина «» преподается в 8 (очная форма обучения) и А (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность
		УК-2.2. Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели, анализировать

	имеющихся ресурсов и ограничений	и выбирать альтернативные способы решения; оценивать ресурсы и ограничения и соблюдать правовые нормы при достижении профессиональных результатов
		УК-2.3. Владеет навыками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные понятия и методы управления проектами,
- систему оценки ресурсов, рисков, сроков проекта,
- принципы организации проектного управления

Уметь:

- разрабатывать и оформлять проектную документацию,
- применять методики оценки параметров управления в проектах,
- разрабатывать стратегию управления проектами

Владеть:

- методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами;
- методами анализа путей реализации проектов;
- методами анализа рисков в проектном управлении.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32	24
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Самостоятельная работа	1,12	40	30
Контактная самостоятельная работа	1,12	0,4	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,6	29,7
Вид итогового контроля:	Зачет с оценкой		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,33	120	90
Контактная самостоятельная работа	3,33	0,4	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		119,6	89,7
Вид итогового контроля:	Зачет с оценкой		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Введение в управление проектами	16	4	2		10
2.	Раздел 2. Области знаний управления проектами	20	4	6		10
3.	Раздел 3. Методология управления проектами	20	4	6		10
4.	Раздел 4. Проектное управление в волонтерской деятельности	16	4	2		10
	ИТОГО	144	16	16	-	40

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Введение в управление проектами	35	4	1		30
2.	Раздел 2. Области знаний управления проектами	37	4	3		30
3.	Раздел 3. Методология управления проектами	37	4	3		30
4.	Раздел 4. Проектное управление в волонтерской деятельности	35	4	1		30
	ИТОГО	144	16	8	-	120

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Введение в управление проектами.

Мировые стандарты управления проектами. Терминологический аппарат проектного управления. Современные системы менеджмента (ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001). Критерии успешности проекта. Программы и портфели управления проектами. Содержание стандарта ANSIPMBOK GUIDE. Организационное окружение проекта. Жизненный цикл проекта. Группы процессов и области знаний PMBOK. Управление интеграцией проекта. Разработка устава проекта. Разработка плана управления проектом. Руководство и управление исполнением проекта. Мониторинг и управление работами проекта. Общее управление изменениями. Закрытие проекта.

Раздел 2. Области знаний управления проектами. Управление содержанием проекта. Планирование управления содержанием. План управления требованиями. Определение содержания. Создание иерархической структуры работ. Проверка содержания. Контроль содержания. Управление сроками проекта. Планирование управления расписанием. Определение состава операций. Определение последовательности операций. Оценка ресурсов операций. Оценка длительности операций. Разработка расписания. Контроль расписания. Управление стоимостью проекта. Планирование управления стоимостью. Стоимостная оценка. Разработка бюджета расходов. Контроль стоимости. Управление закупками проекта. Планирование закупок. Осуществление закупок. Контроль закупок. Закрытие закупок. Управление рисками проекта. Планирование управления рисками. Идентификация рисков. Качественный анализ рисков. Количественный анализ рисков. Планирование реагирования на риски. Мониторинг и управление рисками. Управление качеством. Планирование качества. Обеспечение качества. Контроль качества.

Раздел 3. Методология управления проектами

Подходы к организации работы команды (hadі-цикл, scrum). Руководитель проекта и лидер команды. Проектная команда. Аспекты мотивации команды. Локальная и рассредоточенная команды. Управление заинтересованными сторонами проекта. Идентификация заинтересованных сторон. Планирование управления заинтересованными сторонами проекта. Управление вовлеченностью заинтересованных сторон проекта. Контроль вовлеченности заинтересованных сторон. Управление коммуникациями проекта.

Раздел 4. Проектное управление в волонтерской деятельности. Основные понятия добровольческой (волонтерской) деятельности. Формы, механизмы и технологии добровольческой деятельности. Организация работы с волонтерами. Взаимодействие с социально ориентированными некоммерческими организациями. Фандрайзинг, краудфандинг, участие в конкурсах субсидий и грантов.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:					
1	основные понятия и методы управления проектами		+	+		+
2	систему оценки ресурсов, рисков, сроков проекта			+	+	
3	принципы организации проектного управления		+	+	+	
	Уметь:					
4	разрабатывать и оформлять проектную документацию		+	+		+
5	применять методики оценки параметров управления в проектах			+		
6	разрабатывать стратегию управления проектами			+	+	+
	Владеть:					
7	методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами		+	+	+	
8	методами анализа путей реализации проектов			+	+	+
9	методами анализа рисков в проектном управлении			+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальных компетенции и индикаторы их достижения</u> :						
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК				
11	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность	+	+	+	
		УК-2.2. Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели, анализировать и выбирать альтернативные способы решения; оценивать ресурсы и ограничения и соблюдать правовые нормы при достижении профессиональных результатов		+	+	+
		УК-2.3. Владеет навыками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Введение в управление проектами	Международные и российские нормативные документы, регулирующие проектное управление: стандарты, гости и др.	10
2	Раздел 2. Области знаний управления проектами	Разработка концепции проекта, анализ внешней и внутренней среды. Планирование и контроль проекта. Разработка устава проекта.	10
3	Раздел 3. Методология управления проектами	Научные проекты – особенности управления. Разрешение конфликтов в команде, фасилитация рабочего потока.	10
4	Раздел 4. Проектное управление в волонтерской деятельности	Риски и фандрайзинг добровольческого проекта.	10

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Введение в управление проектами	Описание содержания стандартов управления проектами.	1
2	Раздел 2. Области знаний управления проектами	Разработка концепции проекта. Разработка устава проекта.	3
3	Раздел 3. Методология управления проектами	Командная работа в проекте: ритм и инструменты.	3
4	Раздел 4. Проектное управление в волонтерской деятельности	Фандрайзинг добровольческого проекта.	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 40 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 20 баллов), и оценки за итоговый опрос (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Выполнение реферативно-аналитической работы в рамках дисциплины не предусмотрено.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 4 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 10 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 5 баллов за вопрос. Проводится в форме устного опроса.

1. Дайте определение проекта и назовите минимум три черты, отличающие проектную деятельность от операционной деятельности.
2. Устав проекта. Какая цель данного документа?
3. Дайте определение ИСР. Опишите способы построения ИСР. Укажите связь ИСР с областями знаний в проектном управлении.
4. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление заинтересованными сторонами проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
5. Опишите критерии успешности проекта.
6. Что включают в себя активы организационного процесса?
7. Опишите суть метода набегающей волны.
8. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление содержанием проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.

9. Дайте определение программы и портфеля управления проектами. Приведите для них примеры.
10. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление сроками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
11. Опишите заинтересованные стороны в проекте (участники проекта).
12. Опишите процесс закрытия проекта (основные действия).
13. Инструменты управления поставками. Опишите решение «Производить или покупать».
14. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление стоимостью проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
15. Опишите основные цели менеджера проекта.
16. Опишите виды взаимосвязей между операциями. Определение взаимосвязей. Критический путь.
17. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление поставками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
18. Наиболее важные навыки и умения менеджера проекта.
19. Опишите реестр заинтересованных сторон проекта.
20. Цель управления поставками в проекте.
21. Задачи заинтересованных сторон проекта: заказчик, спонсор и руководитель проекта. Управление ожиданиями заинтересованных сторон. Задачи менеджера проекта.
22. Опишите суть понятия границ проекта.
23. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление качеством проекта.
24. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки функциональной структуры.
25. Точность оценок стоимости проекта. Метод оценки: экспертная, по аналогам, параметрическая, снизу вверх. Опишите методы.
26. Опишите стратегии борьбы с позитивными и негативными рисками в проекте.
27. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление коммуникациями проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
28. Назовите этапы жизненного цикла проекта.
29. Что такое диаграммы Ганта и как они применяются в проектном управлении.
30. Опишите метод измерения освоенного объема.
31. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление персоналом проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
32. Опишите проектный треугольник, ограничения в проекте и примеры их взаимосвязей при отклонениях от плана проекта.
33. Что такое диаграмма контрольных точек и как она применяется в проекте?
34. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление интеграцией проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 5 баллов за вопрос. Проводится в форме устного опроса.

1. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки проектной структуры.
2. Как избежать срывов сроков проекта и что делать, если это произошло?
3. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление заинтересованными сторонами проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
4. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки слабой матрицы.
5. Как избежать рисков проекта и что делать, если это произошло?
6. Критерии отбора команды проекта.

7. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление содержанием проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
8. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки сбалансированной матрицы.
9. Как избежать превышения плановых затрат на проект и что делать, если это произошло?
10. 5 стадий процесса развития команды проекта.
11. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление сроками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
12. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки сильной матрицы.
13. Как избежать отклонения от содержания проекта и что делать, если это произошло?
14. Способы разрешения конфликтов в проекте.
15. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление стоимостью проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
16. Изобразите график возможности влияния на результат проекта и стоимость изменений на протяжении жизненного цикла проекта.
17. Как избежать снижения качества продукта проекта и что делать, если это произошло?
18. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление поставками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
19. Опишите группы процессов управления проектами.
20. Основные причины конфликтов в проекте.
21. Опишите матрицу рисков и ее назначение.
22. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление рисками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
23. Дайте определение фазы проекта и опишите принципы взаимодействия между ними. Опишите понятие стоимости качества (соответствие и несоответствие).
24. Опишите методы и средства оценки стоимостей в проекте.
25. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление качеством проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
26. Опишите последствия изменения содержания проекта.
27. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление коммуникациями проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
28. Дайте определение проекта и назовите минимум три черты, отличающие проектную деятельность от операционной деятельности.
29. Методы коммуникаций в проекте.
30. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление персоналом проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
31. Опишите критерии успешности проекта.
32. Критерии оценки коммуникативных сетей в организации.
33. Определение идентификации рисков. Кто входит в состав участников, идентифицирующих риски?

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 5 баллов за вопрос. Проводится в форме устного опроса.

1. Опишите заинтересованные стороны в проекте (участники проекта).
2. Что такое база выученных уроков и когда она применяется?
3. Основные типы контрактов, применяемых при закупках в проекте.

4. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление заинтересованными сторонами проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
5. Опишите основные цели менеджера проекта.
6. Принципы снижения стоимости при управлении качеством.
7. Назначение матрицы оценки участия заинтересованных сторон проекта.
8. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление содержанием проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
9. Наиболее важные навыки и умения менеджера проекта.
10. Методы обеспечения мониторинга и контроля в проекте.
11. Виды планов управления проектом.
12. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление сроками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
13. Задачи заинтересованных сторон проекта: заказчик, спонсор и руководитель проекта.
14. Устав проекта. Какая цель данного документа?
15. Определение идентификации рисков. Кто входит в состав участников идентифицирующих риски?
16. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление стоимостью проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
17. Назовите этапы жизненного цикла проекта.
18. Оценка «снизу-вверх».
19. Дайте определение ИСР. Опишите способы построения ИСР. Укажите связь ИСР с областями знаний в проектном управлении.
20. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление поставками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
21. Опишите проектный треугольник, ограничения в проекте и примеры их взаимосвязей при отклонениях от плана проекта.
22. Основные правила составления ИСР.
23. Суть метода набегающей волны.
24. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление рисками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
25. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки проектной структуры.
26. Опишите последствия изменения содержания проекта.
27. Способы разрешения конфликтов в проекте.
28. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление качеством проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
29. Изобразите график возможности влияния на результат проекта и стоимость изменений на протяжении жизненного цикла проекта.
30. Как избежать снижения качества продукта проекта и что делать, если это произошло?
31. 5 стадий процесса развития команды проекта.
32. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление коммуникациями проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
33. Опишите группы процессов управления проектами.
34. Инструменты управления поставками. Опишите решение «Производить или покупать».
35. Определение метода Дельфи и примеры применения в управлении проектом.
36. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление персоналом проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.
37. Опишите основные причины неудач проектов.
38. Точность оценок стоимости проекта. Метод оценки: экспертная, по аналогам, параметрическая, снизу вверх. Опишите методы.
39. Опишите суть понятия границ проекта.

40. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление интеграцией проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов.

Раздел 4. Примеры вопросов к контрольной работе № 4. Контрольная работа содержит 1 вопрос, оцениваемый в 10 баллов. Проводится в форме устного опроса.

1. Теоретико-правовые основы существования некоммерческих организаций.
2. Понятия, признаки и формы некоммерческих организаций.
3. Формы взаимодействия общественных организаций с органами местного самоуправления. Основные направления государственной политики в области содействия развитию институтов гражданского общества, в том числе добровольчества (волонтерства) и СОНКО.
4. Концепция программы развития добровольческого и волонтерского движения.
5. Нормативно-правовая база деятельности волонтерской службы.
6. Формы государственной поддержки добровольчества (волонтерства) и СОНКО.
7. Оценка эффективности волонтерской деятельности: методы и границы применения.
8. Система оценки вклада добровольчества в валовый внутренний продукт страны.
9. Методы оценки волонтерского труда.
10. Специфика организации корпоративного волонтерства.
11. Принципы организации деятельности волонтерских центров образовательных организаций высшего образования.
12. Организационные структуры НКО.
13. Виды, уровни и органы управления в НКО.
14. Современные формы и направления волонтерской деятельности.
15. Организационно-правовые формы НКО.
16. Отраслевые направления развития добровольчества.
17. Добровольчество в системе здравоохранения и социального обслуживания.
18. Добровольчество в образовании и культуре.
19. Добровольчество в сфере физической культуры и спорта.
20. Добровольчество в сфере охраны природы, предупреждения и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (8 семестр – зачет с оценкой (очная форма), А семестр – зачет с оценкой (очно-заочная форма)).

1. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление заинтересованными сторонами проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
2. Опишите критерии успешности проекта
3. Что включают в себя активы организационного процесса?
4. Опишите суть метода набегающей волны
5. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление содержанием проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
6. Дайте определение программы и портфеля управления проектами. Приведите для них примеры
7. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление сроками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
8. Опишите заинтересованные стороны в проекте (участники проекта)
9. Опишите процесс закрытия проекта (основные действия)
10. Инструменты управления поставками. Опишите решение «Производить или покупать»
11. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление поставками

- проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
12. Наиболее важные навыки и умения менеджера проекта
 13. Опишите реестр заинтересованных сторон проекта
 14. Цель управления поставками в проекте
 15. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление рисками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
 16. Управление ожиданиями заинтересованных сторон Задачи менеджера проекта
 17. Опишите суть понятия границ проекта
 18. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление качеством проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
 19. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки функциональной структуры
 20. Точность оценок стоимости проекта Метод оценки: экспертная, по аналогам, параметрическая, снизу вверх. Опишите методы
 21. Опишите стратегии борьбы с позитивными и негативными рисками в проекте
 22. управление коммуникациями проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
 23. Назовите этапы жизненного цикла проекта
 24. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление персоналом проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
 25. Что такое диаграмма контрольных точек и как она применяется в проекте?
 26. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление интеграцией проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
 27. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки проектной структуры
 28. Как избежать срывов сроков проекта и что делать, если это произошло?
 29. Дайте определение выравниванию ресурсов и опишите суть метода
 30. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление заинтересованными сторонами проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
 31. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки слабой матрицы
 32. Как избежать рисков проекта и что делать, если это произошло?
 33. Критерии отбора команды проекта
 34. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки сбалансированной матрицы
 35. Как избежать превышения плановых затрат на проект и что делать, если это произошло?
 36. стадий процесса развития команды проекта
 37. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление сроками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
 38. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки сильной матрицы
 39. Как избежать отклонения от содержания проекта и что делать, если это произошло?
 40. Способы разрешения конфликтов в проекте
 41. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление стоимостью проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
 42. Как избежать снижения качества продукта проекта и что делать, если это произошло?
 43. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление поставками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
 44. Опишите группы процессов управления проектами

45. Основные причины конфликтов в проекте
46. Опишите матрицу рисков и ее назначение
47. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление рисками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
48. Дайте определение фазы проекта и опишите принципы взаимодействия между ними
49. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление коммуникациями проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
50. Дайте определение проекта и назовите минимум три черты, отличающие проектную деятельность от операционной деятельности инструментов контроля качества
51. Методы коммуникаций в проекте
52. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление персоналом проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
53. Опишите критерии успешности проекта
54. Критерии оценки коммуникативных сетей в организации
55. Определение идентификации рисков Кто входит в состав участников, идентифицирующих риски?
56. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление интеграцией проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
57. Опишите заинтересованные стороны в проекте (участники проекта)
58. Что такое база выученных уроков и когда она применяется?
59. Основные типы контрактов применяемых при закупках в проекте
60. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление заинтересованными сторонами проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
61. Опишите основные цели менеджера проекта
62. Принципы снижения стоимости при управлении качеством
63. Назначение матрицы оценки участия заинтересованных сторон проекта
64. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление содержанием проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
65. Наиболее важные навыки и умения менеджера проекта
66. Методы обеспечения мониторинга и контроля в проекте
67. Виды планов управления проектом
68. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление сроками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
69. Задачи заинтересованных сторон проекта: заказчик, спонсор и руководитель проекта
70. Устав проекта Какая цель данного документа?
71. Определение идентификации рисков Кто входит в состав участников
72. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление рисками проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
73. Организационное окружение проекта. Опишите преимущества и недостатки проектной структуры
74. Опишите последствия изменения содержания проекта
75. Способы разрешения конфликтов в проекте
76. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление качеством проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
77. Изобразите график возможности влияния на результат проекта и стоимость изменений на протяжении жизненного цикла проекта
78. Как избежать снижения качества продукта проекта и что делать, если это произошло?
79. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление коммуникациями

80. Опишите суть понятия границ проекта
81. Опишите последовательно процессы, наполняющие управление интеграцией проекта, и дайте комментарии к каждому из процессов
82. Теоретико-правовые основы существования некоммерческих организаций.
83. Понятия, признаки и формы некоммерческих организаций.
84. Формы взаимодействия общественных организаций с органами местного самоуправления. Основные направления государственной политики в области содействия развитию институтов гражданского общества, в том числе добровольчества (волонтерства) и СОНКО.
85. Концепция программы развития добровольческого и волонтерского движения.
86. Нормативно-правовая база деятельности волонтерской службы.
87. Формы государственной поддержки добровольчества (волонтерства) и СОНКО.
88. Оценка эффективности волонтерской деятельности: методы и границы применения.
89. Система оценки вклада добровольчества в валовый внутренний продукт страны.
90. Методы оценки волонтерского труда.
91. Специфика организации корпоративного волонтерства.
92. Принципы организации деятельности волонтерских центров образовательных организаций высшего образования.
93. Организационные структуры НКО.
94. Виды, уровни и органы управления в НКО.
95. Современные формы и направления волонтерской деятельности.
96. Организационно-правовые формы НКО.
97. Отраслевые направления развития добровольчества.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль в форме зачета с оценкой проводится путем устного опроса.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

- 1 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489197>
2. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468486>

Б. Дополнительная литература

1. Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 330 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00952-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489513>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.

Презентации к лекциям.

Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- журнал «Управление проектами» - <http://www.pmmagazine.ru/>
- журнал «Инвестиции в России». ISSN:0868-5711.
- журнал «Финансы, деньги, инвестиции». ISSN:2222-0917.
- Журнал «Проблемы информационной безопасности. Компьютерные системы». ISSN: 2071-8217
- Журнал «Информационные технологии». ISSN: 1684-6400
- Журнал «Информационное общество». ISSN: 1606-1330
- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Национальная ассоциация управления проектами: <http://sonnet.ru/>
- Сайт сетевой академии Ланит: www.projectmanagement.ru/index.asp
- Сайт «Управление проектами в России»: www.project.ru/
- Сайт международного журнала «Проблемы теории и практики управления» - <http://www.ptpu.ru/default.asp>
- Сайт Школы Инновационных Менеджеров - <http://novaman.ru>
- Сайт Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru/>
- Крупнейший финансовый портал Рунета: <http://www.banki.ru/>
- Сайт инвестиционной компании «Финам»: <http://www.finam.ru/>
- Интернет сайт Рейтингового агентства «Эксперт» www.raexpert.ru
- Ассоциации волонтерских центров <https://dobro.ru/>
- Социальный медиапроект #ЯВолонтер <http://ivolunteer.ru/>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

компьютерные презентации интерактивных лекций.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС)

Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов. Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

Но п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)

	Outlook			
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Введение в управление проектами	<i>Знает:</i> – основные понятия и методы управления проектами; – принципы организации проектного управления; <i>Умеет:</i> – разрабатывать и оформлять проектную документацию; <i>Владеет:</i> – методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за итоговый опрос Оценка за зачет
Раздел 2. Области знаний управления проектами	<i>Знает:</i> – основные понятия и методы управления проектами; – систему оценки ресурсов, рисков, сроков проекта; – принципы организации проектного управления <i>Умеет:</i> – разрабатывать и оформлять проектную документацию; – применять методики оценки параметров управления в проектах; – разрабатывать стратегию управления проектами <i>Владеет:</i> – методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами; – методами анализа путей реализации проектов;	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за итоговый опрос Оценка за зачет

	– методами анализа рисков в проектном управлении.	
Раздел 3. Методология управления проектами	<i>Знает:</i> – систему оценки ресурсов, рисков, сроков проекта; – принципы организации проектного управления <i>Умеет:</i> – разрабатывать стратегию управления проектами <i>Владеет:</i> – методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами; – методами анализа путей реализации проектов; – методами анализа рисков в проектном управлении.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за итоговый опрос Оценка за зачет
Раздел 4. Проектное управление в волонтерской деятельности	<i>Знает:</i> – основные понятия и методы управления проектами <i>Умеет:</i> – разрабатывать и оформлять проектную документацию; – разрабатывать стратегию управления проектами <i>Владеет:</i> – методами анализа путей реализации проектов.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу Оценка за итоговый опрос Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

– Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

– Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

– Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

–

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Основы управления проектами»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Оценка стоимости бизнеса»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга кандидатом экономических наук, доцентом С.А. Трониным

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой Менеджмента и маркетинга РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина **«Оценка стоимости бизнеса»** относится к вариативной части учебного плана и рассчитана на изучение в течение 1 семестра. Программа предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области базовых общеэкономических курсов (экономическая теория)

Цель дисциплины – ознакомление обучающихся с основами оценочной деятельности в России и за рубежом, обучение студентов теоретическим основам, принципам и закономерностям особенности оценки стоимости предприятий и организаций различной организационно-правовой формы.

Задачи дисциплины:

- сущности, специфики, роли и значения современного менеджмента, его места в системе научного знания;
- основных законов и закономерностей функционирования социальных систем (организаций);
- основных функций, принципов и методов управления; системы разработки и принятия управленческих решений;
- основных критериев и факторов эффективности менеджмента;
- проблем этики и психологии бизнеса, способов разрешения и профилактики конфликтных ситуаций в организациях.

Дисциплина **«Оценка стоимости бизнеса»** преподается в 7 семестре для очной и в 8 семестре для очно-заочной формы обучения. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.	ОПК-3.2. Умеет формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижения

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Стратегическое и тактическое управление и планирование развития организации, ее производственной деятельности;	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании 40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере стратегического и тактического планирования и организации производства)	ПК-7. Способен реализовывать тактическое управление процессами организации производства	ПК-7.1. Знает современные методы организации производства и характеристики передовых технологий	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 609 н, Обобщенная трудовая функция: А. Тактическое управление процессами планирования и организации производства на
			ПК-7.2. Умеет оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений	

				уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). А/02.6. Тактическое управление процессами организации производства (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- принципы, подходы и методы оценки бизнеса;
- стандарты оценки бизнеса;
- способы расчета корректировок на размер пакета и его ликвидность;
- методические рекомендации по различным вопросам оценки бизнеса;

Уметь:

- найти, проанализировать и критически оценить информацию, необходимую для оценки бизнеса различными подходами;
- обосновать выбор методов оценки бизнеса для каждого конкретного случая;
- представить результаты исследования по определению итоговой величины стоимости бизнеса в виде отчета;
- самостоятельно изучать новые методики оценки бизнеса;

Владеть:

- инструментом анализа и оценки макроэкономических, отраслевых и региональных прогнозов социально-экономического развития;
- навыками оценки проектов в условиях неопределенности;
- подходами и методами оценки бизнеса для различных целей и отраслей;
- механизмом представления и защиты результата оценки стоимости бизнеса перед потребителями оценочных услуг.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,1	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,1	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,44	16	12
Лекции	0,22	8	6,
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,56	92	69
Контактная самостоятельная работа	2,56	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		91,8	68,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Теоретические основы оценки стоимости бизнеса	34	5	5	-	24
1.1	Мировой опыт оценки стоимости компании (бизнеса).	11	2	1	-	8
1.2	Теоретические основы формирования системы оценки стоимости бизнеса,	12	2	2	-	8
1.3	Оценки риска и инфляции в бизнесе	11	1	2	-	8
2.	Раздел 2. Методические основы оценки стоимости бизнеса	40	6	6	-	28
2.1	Методические основы оценки стоимости компании (бизнеса).	12	2	2	-	8
2.2	Информационное обеспечение системы управления стоимостью компании, методы и модели оценки стоимости компании (бизнеса)	14	2	2	-	10
2.3	Совершенствование системы управления стоимостью компании (бизнеса)	14	2	2	-	10
3.	Раздел 3. Управление стоимостью компании	34	5	5	-	24
3.1	Теоретические аспекты менеджмента.	11	1	2	-	8
3.2	Финансовая деятельность.	12	2	2	-	8
3.3	Факторы стоимости	11	2	1	-	8
	ИТОГО	108	16	16	-	76

Очно-заочная форма

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Теоретические основы оценки стоимости бизнеса	34	2	2		30
1.1	Мировой опыт оценки стоимости компании (бизнеса).	11	0,5	0,5		10
1.2	Теоретические основы формирования системы оценки стоимости бизнеса,	11	0,5	0,5		10
1.3	Оценки риска и инфляции в бизнесе	12	1	1		10
2.	Раздел 2. Методические основы оценки стоимости бизнеса	40	4	4		32
2.1	Методические основы оценки стоимости компании (бизнеса).	12	1	1		10
2.2	Информационное обеспечение системы управления стоимостью компании, методы и модели оценки стоимости компании (бизнеса)	12	1	1		10
2.3	Совершенствование системы управления стоимостью компании (бизнеса)	16	2	2		12
3.	Раздел 3. Управление стоимостью компании	34	2	2		30
3.1	Теоретические аспекты менеджмента.	11,5	1	0,5		10
3.2	Финансовая деятельность.	11,5	0,5	1		10
3.3	Факторы стоимости	11	0,5	0,5		10
	ИТОГО	108	8	8		92

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы оценки стоимости бизнеса

- 1.1. Мировой опыт оценки стоимости компании (бизнеса).
- 1.2. Теоретические основы формирования системы оценки стоимости бизнеса.
- 1.3. Оценки риска и инфляции в бизнесе

Раздел 2. Методические основы оценки стоимости бизнеса

- 2.1. Методические основы оценки стоимости компании (бизнеса).
- 2.2. Информационное обеспечение системы управления стоимостью компании, методы и модели оценки стоимости компании (бизнеса).
- 2.3. Совершенствование системы управления стоимостью компании (бизнеса).

Раздел 3. Управление стоимостью компании

- 3.1. Теоретические аспекты ценностно ориентированного менеджмента.
- 3.2. Финансовая деятельность
- 3.3. Факторы стоимости.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	
	Знать:				
1	– принципы, подходы и методы оценки бизнеса;	+	+	+	
2	– стандарты оценки бизнеса;		+	+	
3	– способы расчета корректировок на размер пакета и его ликвидность;			+	
4	– методические рекомендации по различным вопросам оценки бизнеса		+	+	
	Уметь:				
5	– найти, проанализировать и критически оценить информацию, необходимую для оценки бизнеса различными подходами;	+	+	+	
6	– обосновать выбор методов оценки бизнеса для каждого конкретного случая;		+	+	
7	– представить результаты исследования по определению итоговой величины стоимости бизнеса в виде отчета;	+			
8	– самостоятельно изучать новые методики оценки бизнеса			+	
	Владеть:				
9	– инструментом анализа и оценки макроэкономических, отраслевых и региональных прогнозов социально-экономического развития;	+		+	
10	– навыками оценки проектов в условиях неопределенности;			+	
11	– подходами и методами оценки бизнеса для различных целей и отраслей;	+	+		
12	– механизмом представления и защиты результата оценки стоимости бизнеса перед потребителями оценочных услуг		+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование УК.	Код и наименование индикатора достижения УК.			
13	– УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	– УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.	+	+	+

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные</u> компетенции и индикаторы их достижения:					
	Код и наименование ОПК.	Код и наименование индикатора достижения ОПК.			
14	– ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.	– ОПК-3.2 Использует современные принципы, методы и организационные формы управления для эффективного руководства организациями различных отраслей народного хозяйства и различных форм собственности;		+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные</u> компетенции и индикаторы их достижения:					
	Код и наименование ПК.	Код и наименование индикатора достижения ПК.			
15	– ПК-7. Способен реализовывать тактическое управление процессами организации производства	– ПК-7.1. Знает современные методы организации производства и характеристики передовых технологий	+	+	+
		– ПК-7.2. Умеет оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Практическое занятие 1. Теория организации и организационное поведение	2
2	1	Практическое занятие 2. Экономическое обоснование проектов и исследований.	3
3	2	Практическое занятие 3. Оценка и управление инвестиционным потенциалом компании»	2
4	2	Практическое занятие 4. Оценка и управление недвижимостью.	2
5	2	Практическое занятие 5. Стратегическое управление имущественным комплексом предприятий»	2
6	3	Практическое занятие 6. Управление инвестициями.	2
7	3	Практическое занятие 7. Оценка и управление инвестиционным потенциалом компании	2
8	3	Практическое занятие 8. Бизнес-планирование.	1

Очно-заочная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Практическое занятие 1. Теория организации и организационное поведение	2
2	2	Практическое занятие 2. Оценка и управление инвестиционным потенциалом компании»	2
3	2	Практическое занятие 3. Оценка и управление недвижимостью.	2
4	3	Практическое занятие 4. Управление инвестициями.	2

6.2. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

– ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;

- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку к сдаче **зачета** по дисциплине.

Рекомендуется следующие виды самостоятельной работы:

- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- задания для самостоятельной работы;
- написание рефератов;
- заучивание терминологии;
- решение кейс-заданий;
- работа над тестами.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 25 баллов), подготовки рефератов (докладов) (максимальная оценка 25 баллов), решения кейс-заданий (максимальная оценка 25 баллов), прохождения тестов (максимальная оценка 25 баллов). Контроль освоения дисциплины – зачет.

8.1. Примерная тематика докладов(реферативно-аналитической) работы.

1. Процесс оценки предприятия как единого функционирующего комплекса.
2. Методические основы оценки стоимости предприятия (бизнеса).
3. Сравнительный подход к оценке стоимости предприятия (бизнеса).
4. Понятие и особенности предприятия как объекта оценки.
5. Метод дисконтированных денежных потоков в оценке предприятия (бизнеса).
6. Оценка стоимости нематериальных объектов собственности предприятия.
7. Доходный подход к оценке стоимости предприятия (бизнеса).
8. Имущественный (затратный) подход к оценке рыночной стоимости предприятия.
9. Методология оценки рыночной стоимости предприятия.
10. Метод реальных опционов в оценке рыночной стоимости предприятия.
11. Оценка стоимости предприятия на основе модели экономической добавленной стоимости.
12. Оценка рыночной стоимости финансовых вложений предприятия.
13. Оценка стоимости контрольных и неконтрольных пакетов акций.
14. Показатели деятельности предприятия, отражающие процесс создания стоимости.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрен список вопросов по ключевым аспектам изучаемой дисциплины:

1. Теоретические основы оценки бизнеса:

- 1.1. Что такое предприятие, бизнес?
- 1.2. Что такое оценка предприятия, бизнеса?
- 1.3. В чем отличие предприятия от бизнеса?
- 1.4. Что является предметом оценки предприятия? бизнеса?
- 1.5. Что такое рыночная стоимость бизнеса?
- 1.6. Какие факторы влияют на величину стоимости бизнеса?
- 1.7. Какие риски характерны для деятельности предприятия?
- 2. Доходный подход к оценке бизнеса:**
 - 2.1. В чем заключается основной принцип доходного подхода?
 - 2.2. Сущность метода дисконтирования денежных потоков оценки стоимости бизнеса?
 - 2.3. Что такое денежный поток?
 - 2.4. Достоинства и недостатки доходного подхода к оценке стоимости бизнеса?
- 3. Сравнительный подход к оценке стоимости бизнеса:**
 - 3.1. В чем заключается сущность сравнительного подхода к оценке стоимости бизнеса?
 - 3.2. Какое принципиальное отличие метода сделок и метода рынка капитала?
 - 3.3. Что такое ценовой мультипликатор?
 - 3.4. Какие критерии отбора аналогичных предприятий вы знаете?
- 4. Затратный подход к оценке бизнеса:**
 - 4.1. Какой принцип оценки лежит в основе имущественного подхода?
 - 4.2. Сущность имущественного подхода к оценке стоимости бизнеса?
 - 4.3. Для оценки каких активов используется метод избыточной прибыли?
 - 4.4. Сущность метода накопления активов в оценке рыночной стоимости активов предприятия?
- 5. Определение итоговой величины рыночной стоимости бизнеса:**
 - 5.1. Что такое согласование стоимости бизнеса?
 - 5.2. Методы согласования стоимости бизнеса?
 - 5.3. Какие корректировки необходимо внести в предварительную стоимость бизнеса?
 - 5.4. Что учитывает премия за контрольный пакет акций?
- 6. Оценка бизнеса при управлении стоимостью производственной организации**
 - 6.1. Каким образом реализация инновационного проекта влияет на рыночную стоимость бизнеса?
 - 6.2. Что такое реальный опцион?
 - 6.3. Сущность модели реальных опционов оценки стоимости предприятия?
- 7. Ориентированные на управление стоимостью современные модели стратегического менеджмента:**
 - 7.1. Что такое система сбалансированных целевых показателей?
 - 7.2. Назовите модели стратегического менеджмента, ориентированные на стоимость бизнеса?
 - 7.3. Перечислите модели управления стоимостью интеллектуального предприятия?

Критерии оценки практического задания:

- восприятие материала происходит на уровне понимания сущности явлений, проводятся причинно-следственные связи, осознается взаимосвязь отдельных этапов занятия;
- решение практического задания базируется на изученном теоретическом материале;
- работа выполнена самостоятельно;
- проведен правильный анализ, сделаны аргументированные выводы;

– проявлен творческий подход и демонстрация рациональных способов решения конкретных задач.

Примерный перечень тем для самостоятельной работы

1. Необходимость, объекты и цели оценки имущества предприятия в современных условиях.
2. Основные принципы оценки имущества предприятия.
3. Международные стандарты оценки.
4. Виды стоимости, используемые при оценке имущества предприятия.
5. Использование в оценке имущества предприятия функций сложного процента: "будущая стоимость денежной единицы" и "текущая стоимость денежной единицы".
6. Использование в оценке имущества предприятия функций сложного процента: "текущая стоимость аннуитета" и "периодический взнос в погашение кредита".
7. Использование в оценке имущества предприятия функций сложного процента: "будущая стоимость аннуитета" и "периодический взнос в фонд накопления".
8. Экономическое содержание доходного подхода к оценке имущества предприятия. Его преимущества и недостатки.
9. Оценка имущества предприятия методом капитализации дохода.
10. Ставка капитализации и способы её расчёта.
11. Общая характеристика оценки имущества предприятия методом дисконтированных денежных потоков.
12. Основные этапы оценки денежных потоков в прогнозный период при использовании метода дисконтированных денежных потоков.
13. Расчёт величины стоимости имущества предприятия в послепрогнозный период.
14. Определение ставки дисконтирования по модели оценки капитальных активов.
15. Определение ставки дисконтирования по модели средневзвешанной стоимости капитала.
16. Экономическое содержание сравнительного подхода к оценке имущества предприятия. Его преимущества и недостатки.
17. Основные этапы оценки имущества предприятия методами компании-аналога и сделок.
18. Сравнительная характеристика методов компании-аналога, сделок и отраслевых коэффициентов.
19. Понятие и виды оценочных мультипликаторов.
20. Процедура составления списка предприятий аналогов, критерии отбора и роль финансового анализа.
21. Экономическое содержание имущественного подхода к оценке предприятия. Его преимущества и недостатки.
22. Экономическое содержание и основные этапы оценки имущества предприятия методом чистых активов.
23. Оценка недвижимости предприятия методом капитализации дохода.
24. Оценка чистого операционного дохода от вложений в недвижимость.
25. Оценка недвижимости предприятия методом сравнительных продаж.
26. Сущность и виды поправок, используемых при оценке недвижимости методом сравнительных продаж.
27. Экономическое содержание затратного подхода к оценке недвижимости предприятия. Его преимущества и недостатки.
28. Оценка стоимости земельного участка. Техника остатка для земли.
29. Оценка восстановительной стоимости зданий и сооружений при использовании затратного метода.

30. Метод кумулятивного построения и метод прямой капитализации при определении ставки капитализации.
31. Оценка нематериальных активов на основе доходного подхода.
32. Метод связанных инвестиций при определении коэффициента капитализации.
33. Оценка имущества предприятия методом ликвидационной стоимости.
34. Общая классификация подходов и методов оценки предприятия.
35. Сравнительная характеристика доходного, сравнительного и имущественного подходов к оценке имущества предприятия.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (7 семестр – зачет для очной формы обучения, 8 семестр – зачет для очно-заочной формы обучения).

Итоговый контроль по дисциплине «*Оценка стоимости бизнеса*» не предусмотрен.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. №51-ФЗ.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 г. №14-ФЗ.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 г. №146-ФЗ.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 г. №230-ФЗ.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 г. №146-ФЗ.
7. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 г. №117-ФЗ.
8. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 г. №197-ФЗ. 9. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 г. №63-ФЗ.

А. Основная литература

1. *Федотова, М. А.* Оценка стоимости активов и бизнеса : учебник для вузов / М. А. Федотова, В. И. Бусов, О. А. Землянский ; под редакцией М. А. Федотовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 522 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07502-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494405>
2. *Спиридонова, Е. А.* Оценка стоимости бизнеса : учебник и практикум для вузов / Е. А. Спиридонова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08022-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489925>
3. Чайников, В.В. Оценка стоимости бизнеса. Учебное пособие/ В.В. Чайников, И.В. Куликов. - М.: Юнити, 2016. – 162 с. <http://artlib.osu.ru>

Б. Дополнительная литература

1. Федотова, М. А. Оценка стоимости активов и бизнеса : учебник для вузов / М. А. Федотова, В. И. Бусов, О. А. Землянский ; под редакцией М. А. Федотовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 522 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07502-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494405>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- Журнал «Менеджмент сегодня» ISSN 2304-6473;
- Журнал «MANAGMENT» ISSN 1526-5501.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система «IPRbooks».
- <http://www.elibrary.ru> – Научная электронная библиотека.
- <http://91.223.90.19:8001/auth/default.asp> - СДО Прометей 5.0.
- <http://www.management-rus.ru> – Библиотека менеджмента.
- <http://www.cfin.ru> – Корпоративный менеджмент. Новости, публикации.

Библиотека управления.

- <http://www.marketing.spb.ru> – Энциклопедия маркетинга. Библиотека маркетолога.
- <http://www.hrm.ru> – Электронная библиотека HR-специалистов Книги по управлению персоналом: статьи по обучению, управлению персоналом, аттестацию и др.
- <http://www.ecsocman.hse.ru> – Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент».
- <http://www.aup.ru> – Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». Книги, статьи, документы по актуальным вопросам менеджмента и маркетинга и пр..
- <http://ecsocman.edu.ru> – Единое окно доступа к образовательным ресурсам по экономике, социологии, менеджменту.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 160);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 50);
- банк тестовых заданий для итогового контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 200).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Оценка стоимости бизнеса»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточные материалы к отдельным разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные принтерами и программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебники и учебные пособия по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде по теории организации и организационному поведению, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

Полный перечень лицензионного программного обеспечения представлен в основной образовательной программе.

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Теоретические основы оценки стоимости бизнеса.	<i>Знает:</i> – принципы, подходы и методы оценки бизнеса. <i>Умеет:</i> – найти, проанализировать и критически оценить информацию, необходимую для оценки бизнеса различными подходами; – представить результаты исследования по определению итоговой величины стоимости бизнеса в виде отчета. <i>Владеет:</i> – инструментом анализа и оценки макроэкономических, отраслевых и региональных прогнозов социально-экономического развития; – подходами и методами оценки бизнеса для различных целей и отраслей.	Оценка за контрольную работу №1 Оценка за зачет
Раздел 2. Методические основы оценки стоимости бизнеса.	<i>Знает:</i> – принципы, подходы и методы оценки бизнеса; – стандарты оценки бизнеса; – методические рекомендации по различным вопросам оценки бизнеса. <i>Умеет:</i> – найти, проанализировать и критически оценить информацию, необходимую для оценки бизнеса различными подходами; – обосновать выбор методов оценки бизнеса для каждого конкретного случая. <i>Владеет:</i> – подходами и методами оценки бизнеса для различных целей и отраслей; – механизмом представления и защиты результата оценки стоимости бизнеса перед потребителями оценочных услуг.	Оценка за контрольную работу №2 Оценка за зачет
Раздел 3. Управление стоимостью компании.	<i>Знает:</i> – принципы, подходы и методы оценки бизнеса; – стандарты оценки бизнеса; – способы расчета корректировок на размер пакета и его ликвидность; – методические рекомендации по различным вопросам оценки бизнеса. <i>Умеет:</i>	Оценка за контрольную работу №3 Оценка за зачет

	– найти, проанализировать и критически оценить информацию, необходимую для оценки бизнеса различными подходами; – обосновать выбор методов оценки бизнеса для каждого конкретного случая; – самостоятельно изучать новые методики оценки бизнеса. <i>Владеет:</i> – инструментом анализа и оценки макроэкономических, отраслевых и региональных прогнозов социально-экономического развития; – навыками оценки проектов в условиях неопределенности; – механизмом представления и защиты результата оценки стоимости бизнеса перед потребителями оценочных услуг.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Оценка стоимости бизнеса»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

« Маркетинг и рыночная аналитика »
наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Поведение потребителей»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена профессором кафедры менеджмента и маркетинга д.э.н., профессором Н.И. Гавриленко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Поведение потребителей»** относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области маркетинговой деятельности фирмы.

Цель дисциплины – углубленная проработка теоретического материала по направлениям маркетинговой деятельности (факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей; модели поведения потребителей; процесс принятия решения о покупке; поведенческая реакция покупателей; основы эффективной продажи), позволяющая руководителям и маркетологам лучше понимать потребителей, их нужды и потребности, проводить более эффективную маркетинговую политику на целевом рынке.

Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области поведения потребителя в различных ситуациях и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- исследовать сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества;
- выявить основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке;
- изучить основные методики определения степени удовлетворенности и поддержания приверженности потребителей;
- оценивать эффективность маркетинговых коммуникаций с точки зрения восприятия потребителем.

Дисциплина **«Поведение потребителей»** преподается в 5 (очная форма обучения) и 8 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или
	Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами,		ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	

конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			административного регламента организации.

Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.	ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)
Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
Владение современными инструментами	Аналитические центры и консалтинговые агентства	ПК-8. Способен практически использовать современные	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке

комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества;
- основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение;
- основные модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке;
- эффективные методы и приемы рекламного воздействия на потребителей;
- Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей.

Уметь:

- проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности;
- выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей;
- использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями.

Владеть:

- методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации;
- навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8	44,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения	11	4	2	-	5
2.	Раздел 2. Поведение потребителей: история вопроса, различные подходы, основные теории	20	6	4	-	10
3.	Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя	30	6	4	-	20
4.	Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке	18	6	2	-	10
5.	Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя	15	8	2	-	5
6.	Раздел 6. Основы эффективной торговли	14	2	2	-	10
	ИТОГО	108	32	16	-	60

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения	11	2	-	-	9
2.	Раздел 2. Поведение потребителей: история вопроса, различные подходы, основные теории	20	4	-	-	14
3.	Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя	30	4	2	-	24
4.	Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке	18	2	2	-	14
5.	Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя	15	2	2	-	11
6.	Раздел 6. Основы эффективной торговли	14	2	2	-	12
	ИТОГО	108	16	8	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Поведение потребителей» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Раздел 1. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения

Потребление как способ удовлетворения базисных человеческих потребностей. Новая макро- и микросреда маркетинга. Особенности современного рынка и поведение потребителей. Новые технологии и поведение потребителей. Поиск новых источников конкурентных преимуществ.

Изменения в требованиях потребителя в эпоху глобализации рынка и конкуренции. Идея «нового потребителя». «Конец эры массового маркетинга». Консюмеризм. Энвайронментализм. Новые приоритеты маркетинга.

Нужды и потребности: сущность, виды и различие. Типология потребностей человека.

Реестр человеческих потребностей Мэррея. Реестр ценностей по Рокичу.

Анализ поведенческой реакции покупателя. Уровни реакции покупателей. Матрица вовлеченности Фута–Коуна–Белдинга. Интеллектуальный и эмоциональный методы познания. Теория потребительских ценностей Шета–Ньюмана–Гросса.

Атрибуты: релевантные и детерминирующие. Моделирование концепции мультиатрибутивного товара. Концепция мультиатрибутивного товара. Значимость атрибутов. Воспринимаемое присутствие атрибута. Методы измерения полезности мультиатрибутивного товара: «композиционный» и «декомпозиционный».

Раздел 2. Поведение потребителей: история вопроса, различные подходы, основные теории

История изучения поведения потребителей. Теории потребления К. Маркса, Т. Веблена, Г. Зиммеля, В. Зомбарта, М. Вебера. Современные теории потребления П. Бурдье, Ж. Бодриера, И. Гофмана, М. Бахтина. Идеальный тип и модель потребительского поведения. Функции модели.

Социальное действие и поведение. Единица поведения (социальный акт, действие). Фазы социального акта. Поведение как серия взаимосвязанных социальных актов.

Классификация социального поведения. Формы социального действия.

Рациональное поведение потребителей. Суверенитет потребителя. М. Фридман о различиях между стабильным и преходящим доходом, стабильным и преходящим потреблением.

Полезность блага: сущность и основные виды. Закон убывающей предельной полезности. Ординалистский (порядковый) подход к определению полезности благ. Представление предпочтений потребителя с помощью кривых безразличия. Товары Гиффена. Кривые Энгеля. Оптимальный выбор потребителя.

Разновидности спроса: функциональный, нефункциональный, эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект показательного потребления (эффект Веблена), нерациональный спрос потребителя, спекулятивный спрос.

Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя

Культурные факторы, влияющие на поведение потребителей: культура, субкультура, социальные классы. Критерии разделения общества на классы.

Социальные факторы. Референтные группы. Семья. Роли и статусы. Личностные факторы. Возраст и этапы жизненного цикла семьи. Род занятий. Экономическое положение. Образ жизни. Тип личности и представление о себе.

Психологические факторы: мотивация, восприятие, усвоение, убеждения и отношения. Направления изучения поведения потребителей. Основные средства влияния на поведение потребителей России.

Мотив и мотивация потребителя. Классификация «соматопсихологических человеческих

типов» Ганзена–Толкачева. Типы ведущей мотивации покупателей при принятии решения о покупке.

Классификация потребительских товаров в соответствии с покупательскими привычками потребителей. Теории мотивации З. Фрейда и А. Маслоу; их влияние на поведение потребителей.

Особенности типов покупателей и способов мотивации в России.

Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке

Простая и развернутая модель поведения покупателя. Побудительные факторы маркетинга и «Черный ящик» сознания потребителя. Ответные реакции потребителя.

Поведение покупателя как процесс решения проблемы выбора. Осознанный выбор: пять стадий.

Источники информации потребителя и риски покупателя. Подходы к решению проблемы и степень вовлеченности покупателя. Рациональный подход к решению проблемы.

Удовлетворенность и неудовлетворенность потребителей. Основные типы поведения удовлетворенного и неудовлетворенного потребителя. Азбука потребительской лояльности.

Изучение степени удовлетворенности и поддержание приверженности потребителей.

Оценка удовлетворенности потребителей. Исследование репутации компании. Уровень ожиданий потребителя и уровень желаний.

Особенности спроса на промышленные товары. Особенности индустриального покупателя и его характеристика. Особенности мотивации индустриального покупателя. Особенности индустриального маркетинга.

Центр закупки: покупатель; пользователь; влиятельное лицо; лицо, принимающее решение; «привратники». Потребности центра закупки.

Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя

Реклама и ее роль в жизни общества. Классификация рекламы по способу воздействия: зрительная, слуховая, зрительно-обонятельная, зрительно-слуховая. Интернет-реклама.

Психология и реклама. Психологические закономерности запоминания информации.

Методы и приемы рекламного воздействия на потребителей. Результаты воздействия рекламы на потребителя. Роль управления рекламой.

Иррациональное потребительское поведение (Т. Шибутани). Механизмы иррационального поведения. Толпа и публика: сущность и различия. Фазы формирования толпы: циркулярная реакция, реакция окружения, формирование действующей толпы. Особенности влияния на публику: сущность и средства. Современные средства манипуляции поведением миллионов людей. Паника: сущность и фазы.

Наркозависимость (наркомания) как форма иррационального поведения. Наркоман как иррациональный потребитель. Р. Элиот о «шопинг-наркомании». Основные типы «шопинг-наркоманов»: «обжоры», «мстительные покупательницы», «экзистенциальные покупатели».

Раздел 6. Основы эффективной торговли

Профессия продавца: сущность, особенности, проблемы. Источники успеха в профессии продавца. Умение задавать вопросы: основные принципы. Завязки: стандартные, обращенные, внутренние, меченые.

Создание «климата продажи». Умение продавать то, что нужно. Воздействие на эмоции покупателя – ключ к успеху. Слова-отторжения и слова-побуждения. Мотиваторы: деньги, защищенность, достижение, признание, уважение, самопризнание. Демотиваторы: страх потерять защищенность, страх неудачи, сомнение в себе, боязнь перемен. Основные правила успешной продажи.

Защита прав потребителей в России и за рубежом. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». Комплекс нормативных правовых актов Российской Федерации,

регулирующих отношения в области защиты прав потребителей.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5	Раздел 6
	Знать						
1	– сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества;		+	+	+		+
2	– основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение;	+			+	+	
3	– основные модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке;		+		+		
4	– эффективные методы и приемы рекламного воздействия на потребителей;			+	+	+	+
5	– Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей.	+	+	+	+	+	+
	Уметь						
6	– проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности;	+	+	+	+	+	+
7	– выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей;	+	+	+	+	+	+
8	– использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями.			+	+	+	+
	Владеть						
9	– методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации;	+	+	+	+	+	+
10	– навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями				+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>							
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК					

11	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	– ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами		+	+	+	+	
		– ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	+	+	+	+	+	+
12	– ПК-7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.	– ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения		+	+	+	+	+
	– ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	– ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	+	+	+	+	+	+
		– ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами		+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения	Потребности: классификация и тенденции изменения. Обсуждение различных точек зрения.	2
2	Раздел 2. Поведение потребителей: история вопроса, различные подходы, основные теории	Теория потребительского поведения: виды, проблемы систематизации	4
3	Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя	Характеристика и мотивация потребителя	4
4	Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке	Особенности принятия решения о покупке потребителями России и зарубежных стран	2
5	Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя	Воздействие Интернет-рекламы на поведение потребителей	2
6	Раздел 6. Основы эффективной торговли	Основы эффективной деятельности продавца	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя	Характеристика и мотивация потребителя	2
2	Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке	Особенности принятия решения о покупке потребителями России и зарубежных стран	2
3	Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя	Воздействие Интернет-рекламы на поведение потребителей	2
4	Раздел 6. Основы эффективной торговли	Основы эффективной деятельности продавца	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 50 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 45 баллов), и доклада (максимальная оценка 5 баллов)

8.1. Примерная тематика докладов.

1. Новый потребитель. Консюмеризм. Энвайронментализм. «Позеленение» потребителей. Новые приоритеты маркетинга.
2. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения.
3. Теория потребительских ценностей Шета - Ньюмана – Гросса. Моделирование концепции мультиатрибутивного товара.
4. Поведение потребителей: история вопроса, различные подходы, основные теории.
5. Полезность блага: сущность и основные виды.
6. Характеристики потребителя: факторы, влияющие на покупательское поведение.
7. Типы ведущей мотивации покупателей при принятии решения о покупке.
8. Особенности типов покупателей и способов мотивации в России.
9. Модель покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке.
10. Удовлетворенность потребителя: сущность, концепции, проблемы.
11. Азбука потребительской лояльности.
12. Изучение степени удовлетворенности и поддержание приверженности потребителей: сущность, проблемы, методы.
13. Особенности мотивации индустриального потребителя.
14. Методы и приемы рекламного воздействия на потребителей.
15. Манипуляция потребительским поведением.
16. Поведение потребителей: основы эффективной торговли.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы 1 и 2 составляет 10 баллов за каждую. Максимальная оценка за контрольную работу 3 составляет 30 баллов.

Раздел 1. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения

Практические задания. Максимальная оценка 5 баллов

Привести примеры нужд и потребностей в различных сферах, что общего и в чем различия, к удовлетворению нужд или потребностей должна стремиться фирма.

Раздел 2. Поведение потребителей: история вопроса, различные подходы, основные теории

Контрольная работа в форме опроса. Максимальная оценка 10 баллов.

1. Новая макро- и микросреда маркетинга.
2. Место маркетинга в XXI веке. Рост влияния маркетинга на принятие стратегических решений.
3. Новый потребитель. Консюмеризм. Энвайронментализм. «Позеленение» потребителей. Новые приоритеты маркетинга.
4. Современный этап развития «Поведения потребителя» как отдельной учебной дисциплины.
5. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения.
6. Реестр человеческих потребностей Мэррея: первичные и вторичные; позитивные и негативные; явные и латентные; осознанные и неосознанные.
7. Анализ поведенческой реакции покупателя: сущность, уровни. Матрица вовлеченности Фута, Коуна и Белдинга.
8. Теория потребительских ценностей Шета - Ньюмана - Гросса. Моделирование концепции мультиатрибутивного товара.
9. Поведение потребителей: история вопроса, различные подходы, основные теории.
10. Классификация социального поведения: сущность, формы.
11. Теория потребительского поведения.
12. Полезность блага: сущность и основные виды.

Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя

Практическое задание, выполняемое в качестве эссе. Максимальная оценка 5 баллов.

1. Характеристики потребителя: факторы, влияющие на покупательское поведение.
2. Разновидности спроса: функциональный, нефункциональный, эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект показательного потребления (эффект Веблена), нерациональный спрос потребителя, спекулятивный спрос.
3. Культурные факторы: культура, субкультура, социальные классы. Критерии разделения общества на классы.
4. Социальные факторы. Референтные группы. Семья. Роли и статусы.
5. Личностные факторы. Возраст и этапы жизненного цикла семьи. Род занятий. Экономическое положение. Образ жизни. Тип личности и представление о себе.
6. Психологические факторы: мотивация, восприятия, усвоение, убеждения и отношения.
7. Мотивация потребителей.
8. Типы ведущей мотивации покупателей при принятии решения о покупке: зрительный, слуховой, осязательный, обонятельный, кожный, мышечный, хронопасть, хронофутуры.
9. Классификация потребительских товаров в соответствии с покупательскими привычками потребителей.
10. Мотивы: выгоды, снижения риска, признания, удобства, свободы, познания, содействия, соучастия, самореализации.
11. Особенности типов покупателей и способов мотивации в России.

Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке

Практическая работа в виде доклада. Максимальная оценка 5 баллов.

1. Модель покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке.
2. Поведение покупателя как процесс решения проблемы выбора: сущность и этапы.
3. Риски покупателя: финансовые потери; потери времени; физический риск; психологический риск.
4. Различные подходы к решению проблемы покупателем.
5. Удовлетворенность потребителя: сущность, концепции, проблемы.
6. Теория «брешей обслуживания».
7. Азбука потребительской лояльности.
8. Изучение степени удовлетворенности и поддержание приверженности потребителей: сущность, проблемы, методы.
9. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей.
10. Особенности мотивации индустриального потребителя.
11. Центр закупки: покупатель; пользователь; влиятельное лицо; лицо, принимающее решение; «привратники».

Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя

Практическая работа. «Манипуляция потребительским поведением». Максимальная оценка 10 баллов.

На примере различных видов и методов манипуляции поведением потребителя в России и за рубежом со стороны известных фирм, компаний и организаций. Провести сравнительный анализ восприятия инструментов манипуляции потребителями России и зарубежных стран.

Раздел 6. Основы эффективной торговли

Контрольная работа в виде опроса по источникам успеха продавцов в России (включает практические примеры из российской и зарубежной практики). Максимальная оценка 10 баллов.

Перечень вопросов:

1. Анализ поведенческой реакции покупателя: сущность, уровни. Матрица вовлеченности Фута, Коуна и Белдинга.
2. Теория потребительских ценностей Шета - Ньюмана – Гросса. Моделирование концепции мультиатрибутивного товара.
3. Поведение потребителей: история вопроса, различные подходы, основные теории.
4. Теория потребительского поведения.
5. Характеристики потребителя: факторы, влияющие на покупательское поведение.
6. Разновидности спроса: функциональный, нефункциональный, эффект присоединения к большинству, эффект сноба, эффект показательного потребления (эффект Веблена), нерациональный спрос потребителя, спекулятивный спрос.
7. Культурные факторы: культура, субкультура, социальные классы. Критерии разделения общества на классы.
8. Социальные факторы. Референтные группы. Семья. Роли и статусы.
9. Личностные факторы. Возраст и этапы жизненного цикла семьи. Род занятий. Экономическое положение. Образ жизни. Тип личности и представление о себе.
10. Психологические факторы: мотивация, восприятия, усвоение, убеждения и отношения.
11. Мотивация потребителей.

12. Типы ведущей мотивации покупателей при принятии решения о покупке: зрительный, слуховой, оральный, обонятельный, кожный, мышечный, хронопасты, хронофутуры.
13. Классификация потребительских товаров в соответствии с покупательскими привычками потребителей.
14. Мотивы: выгоды, снижения риска, признания, удобства, свободы, познания, содействия, соучастия, самореализации.
15. Особенности типов покупателей и способов мотивации в России.
16. Модель покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке.
17. Поведение покупателя как процесс решения проблемы выбора: сущность и этапы.
18. Риски покупателя: финансовые потери; потери времени; физический риск; психологический риск.
19. Различные подходы к решению проблемы покупателем.
20. Удовлетворенность потребителя: сущность, концепции, проблемы.
21. Теория «брешей обслуживания».
22. Азбука потребительской лояльности.
23. Изучение степени удовлетворенности и поддержание приверженности потребителей: сущность, проблемы, методы.
24. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителей.
25. Особенности мотивации индустриального потребителя.
26. Центр закупки: покупатель; пользователь; влиятельное лицо; лицо, принимающее решение; «привратники».
27. Реклама как эффективное средство воздействия на поведение потребителей.
28. Методы и приемы рекламного воздействия на потребителей.
29. Манипуляция потребительским поведением.
30. Механизмы иррационального поведения: подражание, заражение и механизм взаимного заражения, внушение.
31. Толпа и публика: сущность и различия.
32. Современные мощные средства манипуляции поведением миллионов людей.
33. Р.Элиот: основные типы «шопинг – наркоманов»: «обжоры», «мстительные покупательницы», «экзистенциальные покупатели».
34. Толпа и публика: сущность и различия.
35. Современные мощные средства манипуляции поведением миллионов людей.
36. Поведение потребителей: основы эффективной торговли.
37. Профессия продавца: сущность, особенности, проблемы, источники успеха.
38. Создание климата продажи. Слова отторжения и слова побуждения.
39. Основные правила успешной продажи.
40. Эффективные методы завершения сделки.
41. Защита прав потребителей в России и за рубежом.
42. Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей.

Контрольная работа в виде теста. Максимальная оценка 30 баллов.

Примеры тестовых заданий: выбрать правильный из 3 вариантов.

Задание 1. Под потребностью понимают

1. чувство ощущаемой человеком нехватки чего-либо
2. исходное составляющее природы человека
3. нужду, принявшую специфическую форму

Задание 2. Согласно теории потребительских ценностей Шета-Ньюмана-Гросса под эпистемической ценностью понимается способность блага

1. возбуждать чувства
2. обеспечить что-то новое
3. ассоциироваться с какой-либо социальной группой

Задание 3. Последовательность реакции потребителя: спонтанная известность – квалифицированная известность – узнавание – отождествление – запоминание – воспринимаемое сходство, соответствует реакции

1. эмоциональной
2. познавательной
3. поведенческой

Задание 4. Под ценностями понимают

1. наши представления, понятия о том, что для нас желанно
2. выгоду, которую ищет покупатель
3. то, без чего человек не может жить

Задание 5. Интеллектуальный метод познания

1. основан на разуме, логике, рассуждениях, фактических сведениях
2. основан на эмоциях, интуиции, чувствах, переживаниях
3. является невербальным

Задание 6. Если вовлеченность велика, метод познания преимущественно интеллектуальный, то последовательность реакции:

1. узнать – почувствовать – сделать
2. почувствовать – узнать – сделать
3. сделать – узнать – почувствовать

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – зачет (очная форма), 8 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Гавриленко Н.И. Поведение потребителей: учебное пособие. - М.: РХТУ, 2020. – 140 с.
2. Гавриленко Н.И., Лопаткин Д.С., Шушунова Т.Н. Основы менеджмента и маркетинга: Учебное пособие. - - М.: РХТУ, 2020. – 184 с.

Б. Дополнительная литература

1. Гавриленко, Н.И. Маркетинг: учебник для вузов / Н.И. Гавриленко. – 4-е изд., стер. М.: Академия, 2017 - 192с.

2. Ильин, В. И. Социология потребления: учебник для вузов / В. И. Ильин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 433 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-08321-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472340>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- Журнал «Интернет-маркетинг». ISSN: 2619-1369;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- <https://www.cossa.ru> Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде
- <https://adindex.ru> Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». //
- <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора
- <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
- <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека
- http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 148);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 600);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Поведение потребителей»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения	<i>Знает:</i> - основные модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке; - Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей. <i>Умеет:</i> - проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности; - выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей; <i>Владеет:</i> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации.	Оценка за практическую работу
Раздел 2. Поведение потребителей: история вопроса, различные подходы, основные теории	<i>Знает:</i> - сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества; - основные модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке; - Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей. <i>Умеет:</i> - проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности; - выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей; <i>Владеет:</i>	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу в форме опроса

	- методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации.	
Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя	<i>Знает:</i> - сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества; - эффективные методы и приемы рекламного воздействия на потребителей; - Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей. <i>Умеет:</i> - проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности; - выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей; - использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями. <i>Владеет:</i> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации..	Оценка за практическую работу
Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке	<i>Знает:</i> - сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества; - основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение; - основные модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке; - эффективные методы и приемы рекламного воздействия на потребителей; - Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей. <i>Умеет:</i> - проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью	Оценка за практическую работу

	принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности; - выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей; - использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями. <i>Владеет:</i> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; - навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.	
Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя	<i>Знает:</i> - основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение; - эффективные методы и приемы рекламного воздействия на потребителей; - Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей. <i>Умеет:</i> - проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности; - выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей; - использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями. <i>Владеет:</i> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; - навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.	Оценка за доклад Оценка за практическую работу

Раздел 6. Основы эффективной торговли	<i>Знает:</i> - сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества; - эффективные методы и приемы рекламного воздействия на потребителей; - Федеральный Закон «О защите прав потребителей», другие законы и иные правовые акты Российской Федерации, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей. <i>Умеет:</i> - проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности; - выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей; - использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями. <i>Владеет:</i> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации.	Оценка за контрольную работу в форме опроса Оценка за контрольный работу в форме теста

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Поведение потребителей»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Проектный семинар «Маркетинг в отраслях»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: к.э.н., доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

(Наименование кафедры)

«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 – Менеджмент** (ФГОС ВО), с рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой менеджмента РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестров.

Дисциплина **«Проектный семинар «Маркетинг в отраслях»»** относится к вариативной части обязательных дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента, экономики и информатики.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся знаний об особенностях маркетинговой деятельности организаций на различных отраслевых рынках, а также навыков проведения отраслевых маркетинговых исследований.

Задачи дисциплины:

–рассмотреть специфику применения маркетинговых инструментов в разных отраслях экономики, включая сельское хозяйство, промышленность, сферу услуг, развлечений, туризма и образования;

–научить студентов анализировать отраслевые рынки, выделять целевые аудитории и разрабатывать стратегии для различных сегментов;

–научить разрабатывать комплексные стратегии продвижения товаров и услуг с учетом особенностей спроса, конкуренции и специфики целевых рынков;

–изучить современные тенденции и инновации, влияющие на маркетинг в различных отраслях, такие как цифровизация, экологизация и персонализация;

–развить у студентов умение применять теоретические знания в реальных кейсах и адаптировать их к отраслевым условиям.

Дисциплина **«Проектный семинар «Маркетинг в отраслях»** преподается во 6 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6.

структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
Владение современными инструментами комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- модели поведения покупателей и подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности.

Уметь:

- проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности и анализировать маркетинговую информацию;
- разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности.

Владеть:

- инструментами маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- методологическими подходами и методами анализа состояния маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей отрасли и вида деятельности в условиях насыщенного рынка.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции	-	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,11	40	30
Контактная самостоятельная работа	1,11	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		39,8	29,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Маркетинг в сельскохозяйственной промышленности	7	—	4	—	5
2.	Маркетинг на рынке бытовой химии.	11	—	4	—	5

3.	Маркетинг на фармацевтическом рынке и особенности продвижения парфюмерно-косметических и лекарственных средств.	9	—	4	—	5
4.	Маркетинг в полимерной промышленности.	9	—	4	—	5
5.	Маркетинг финансовых услуг. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.	10	—	4	—	5
6.	Маркетинг в сфере туризма. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.	8	—	4	—	5
7.	Маркетинг в образовании. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.	10	—	4	—	5
8.	Маркетинг в индустрии развлечений. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.	10	—	4	—	5
	ИТОГО	72	—	32	—	40

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Маркетинг на промышленных рынках

Маркетинг в сельскохозяйственной промышленности. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.

Маркетинг на рынке бытовой химии. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.

Маркетинг на фармацевтическом рынке и особенности продвижения парфюмерно-косметических и лекарственных средств. Разбор практических кейсов.

Маркетинг в полимерной промышленности. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.

Раздел 2. Маркетинг в сфере услуг

Маркетинг финансовых услуг. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.

Маркетинг в сфере туризма. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.

Маркетинг в образовании. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.

Маркетинг в индустрии развлечений. Специфические особенности. Разбор практических кейсов.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7	Тема 8
	Знать:								
1	особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности;	+	+	+	+	+	+	+	+
2	модели поведения покупателей и подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности;	+	+	+	+	+	+	+	+
3	методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности.	+	+	+	+	+	+	+	+
	Уметь:								
4	проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности и анализировать маркетинговую информацию;	+	+	+	+	+	+	+	+
5	разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности.	+	+	+	+	+	+	+	+
	Владеть:								
6	инструментами маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности;	+	+	+	+	+	+	+	+
7	методологическими подходами и методами анализа состояния маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей отрасли и вида деятельности в условиях насыщенного рынка.	+	+	+	+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>									
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения							

8	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	+	+	+	+	+	+	+	+
9	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	+	+	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Разбор кейсов. Решение практических заданий по маркетингу на рынке сельскохозяйственной промышленности	4
2	1	Разбор кейсов. Решение практических заданий по маркетингу на рынке бытовой химии	4
3	1	Разбор кейсов. Решение практических заданий по маркетингу на фармацевтическом рынке	4
4	1	Разбор кейсов. Решение практических заданий по маркетингу на рынке полимерной промышленности	4
5	2	Разбор кейсов. Решение практических заданий по маркетингу финансовых услуг	4
6	2	Разбор кейсов. Решение практических заданий по маркетингу в сфере туризма	4
7	2	Разбор кейсов. Решение практических заданий по маркетингу в сфере образования	4
8	2	Разбор кейсов. Решение практических заданий по маркетингу в индустрии развлечений	4

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторный занятия по дисциплине не предусмотрены

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, РИНЦ, нормативными документами;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- регулярную проработку пройденного на практических занятиях учебного материала;
- подготовку к практическим занятиям.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе, рекомендованных на лекционных и практических занятиях. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из выполнения практических заданий (максимальная оценка 80 баллов) и реферативно-аналитической работы (максимальная оценка 20 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. Особенности маркетинга в сфере услуг.
2. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе.
3. Особенности маркетинга в агрокомплексе.
4. Особенности маркетинга в банковской сфере.
5. Особенности маркетинга в строительных отраслях.
6. Особенности маркетинга в страховой деятельности.
7. Особенности маркетинга в ресторанном бизнесе.
8. Особенности маркетинга в игорном бизнесе.
9. Особенности маркетинга в автомобильной промышленности.
10. Особенности маркетинга в сфере ремонта автомобилей.
11. Особенности маркетинга в сфере образования.
12. Особенности маркетинга в сфере торговли медикаментами.
13. Особенности маркетинга в сфере торговли продовольствием.
14. Особенности маркетинга в сфере стоматологических услуг.
15. Особенности маркетинга в реализации детских игрушек.
16. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов.
17. Особенности маркетинга в книгоиздательской деятельности.
18. Особенности маркетинга в некоммерческом секторе.
19. Особенности маркетинга в политической сфере.
20. Особенности маркетинга в сфере автомобильных перевозок.
21. Особенности маркетинга в часовой промышленности.
22. Особенности маркетинга в области производства косметических средств.
23. Особенности маркетинга в туристическом бизнесе.
24. Особенности маркетинга в сфере производства удобрений.
25. Особенности маркетинга в химической промышленности.
26. Особенности маркетинга в киноиндустрии.
27. Особенности маркетинга в сфере ритуальных услуг.
28. Особенности маркетинга в ветеринарии, животноводстве, цветоводстве.
29. Особенности маркетинга в отраслях связи.
30. Особенности маркетинга в отрасли (по выбору студента).

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 8 практических заданий

1. Маркетинг в сельскохозяйственной промышленности (максимальная оценка – 10 баллов)

Задание:

Вы являетесь маркетинговым директором компании, производящей органические овощи и фрукты. Ваша задача – разработать стратегию выхода на рынок крупного мегаполиса, где высокий спрос на экологически чистую продукцию. Укажите:

- Целевую аудиторию.
- Основные каналы продвижения.
- Методы формирования доверия к продукту.
- Пример рекламного слогана или кампании.

2. Маркетинг на рынке бытовой химии

Задание:

Компания запускает новую линейку экологически безопасных чистящих средств. Проанализируйте основных игроков (конкурентов) (например, Procter & Gamble, Henkel) и создайте уникальное предложение (УТП), которое выделит продукт. Разработайте:

- План рекламной кампании (включая digital и оффлайн-активности).
- Методы продвижения в ритейле (полки в магазинах, акции).
- Способы стимулирования повторных покупок.

3. Маркетинг на фармацевтическом рынке и особенности продвижения парфюмерно-косметических и лекарственных средств (максимальная оценка – 10 баллов)

Задание:

Создайте маркетинговую стратегию для продвижения нового антивозрастного крема, который продается исключительно через аптеки. Учтите ограничения в рекламе медицинских средств. Определите:

- Способы информирования покупателей о продукте.
- Мотивацию аптек к сотрудничеству.
- Участие врачей и косметологов в продвижении.
- Концепцию упаковки и брендинга.

4. Маркетинг в полимерной промышленности (максимальная оценка – 10 баллов)

Задание:

Компания производит биоразлагаемую упаковку из полимеров. Разработайте план привлечения корпоративных клиентов из сегмента пищевой промышленности. Учтите:

- Каналы поиска и взаимодействия с B2B-клиентами.
- Ключевые аргументы для продажи (цена, экологичность, свойства продукта).
- Пример рекламного контента для отраслевых выставок или конференций.

5. Маркетинг финансовых услуг. (максимальная оценка – 10 баллов)

Задание:

Банк запускает новую программу кредитования для малого бизнеса с низкими процентными ставками. Разработайте маркетинговую кампанию, которая повысит доверие предпринимателей к продукту. Опишите:

- Основное сообщение кампании.

- Инструменты, которые помогут снять страхи клиентов (вебинары, кейсы успешных клиентов).
- Методы работы с партнерами (например, с бухгалтерскими компаниями).

6. Маркетинг в сфере туризма (максимальная оценка – 10 баллов)

Задание:

Агентство экскурсий хочет привлечь туристов в небольшой исторический город. Разработайте комплексную стратегию продвижения, включающую:

- Использование социальных сетей и контент-маркетинга.
- Партнерства с гостиницами и ресторанами.
- Организацию фестивалей или мероприятий для увеличения потока туристов.
- Пример продающего контента для сайта.

7. Маркетинг в образовании (максимальная оценка – 10 баллов)

Задание:

Частный вуз запускает новую онлайн-программу по IT. Ваша задача – создать стратегию привлечения студентов, которая будет учитывать высокую конкуренцию и необходимость построения доверия к программе. Опишите:

- Методы позиционирования (сертификаты, поддержка трудоустройства).
- Каналы привлечения аудитории (таргетированная реклама, вебинары).
- Концепцию контент-маркетинга.
- Пример рекламного объявления.

8. Маркетинг в индустрии развлечений (максимальная оценка – 10 баллов)

Задание:

Кинотеатр запускает новую программу лояльности для постоянных клиентов. Ваша задача – разработать маркетинговую кампанию, которая увеличит посещаемость и интерес. Включите:

- Способы информирования клиентов о программе.
- Особенности программы (бонусы, акции, партнерства с кафе).
- Использование социальных сетей и мобильных приложений для коммуникации.
- Идею рекламной акции (например, розыгрыш бесплатных билетов).

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины.

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Гавриленко Н.И., Лопаткин Д.С., Шушунова Т.Н. Основы менеджмента и маркетинга: Учебное пособие. - М.: РХТУ, 2020. – 184 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. – Москва :

Издательство Юрайт, 2024. – 396 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14869-5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/561097>

Б. Дополнительная литература

1. Маркетинг в агропромышленном комплексе : учебник и практикум для вузов / Н. В. Суркова [и др.] ; под редакцией Н. В. Сурковой. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 314 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-03123-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/560062>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям и практическим занятиям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- Журнал «Интернет-маркетинг». ISSN: 2619-1369;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Промышленный маркетинг: стратегии, аналитика, практика (сайт www.prommarkt.ru).
- Сайт Некоммерческое Партнерство «Гильдия Маркетологов» www.marketologi.ru
- Интернет-сайт Конференции экономического сотрудничества и развития (ЮНКТАД) <http://www.unctad.org/>
- Журнал "Промышленный маркетинг" (сайт - <http://www.marketprom.ru/>).
- Агентство Индустриального Маркетинга. (сайт Блогоиздание о промышленном B2B маркетинге - <http://b2blogger.com/>).
- Журнал «Индустриальный и b2b маркетинг» - www.grebennikoff.ru
- On-line версия книги А.П. Панкрухина "Маркетинг образовательных услуг" <http://mou.marketologi.ru/book/111.html>
- Перлов В.И. Маркетинг на предприятии отрасли печати. - Московский государственный университет печати (сайт - <http://hi-edu.ru/e-books/xbook080/01/part-003.htm>)

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных практических занятий – 8, (общее число слайдов – 100+);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «Проектный семинар «Маркетинг в отраслях» проводятся в форме практических занятий, а также самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование тем	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Маркетинг на промышленных рынках	<i>Знать:</i> –особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности; –модели поведения покупателей и подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности; –методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности. <i>Уметь:</i> –проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности и анализировать маркетинговую информацию; –разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности. <i>Владеть:</i> –инструментами маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности; –методологическими подходами и методами анализа состояния маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей отрасли и вида деятельности в условиях насыщенного рынка.	Оценка за практическую работу
Раздел 2. Маркетинг в сфере услуг	<i>Знать:</i> –особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности; –модели поведения покупателей и подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности; –методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности. <i>Уметь:</i>	Оценка за практическую работу Оценка за реферат

	–проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности и анализировать маркетинговую информацию; –разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности. <i>Владеть:</i> –инструментами маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности; –методологическими подходами и методами анализа состояния маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей отрасли и вида деятельности в условиях насыщенного рынка.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

–Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

–Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

–Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Проектный семинар «Маркетинг в отраслях»»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « » _____ 20 г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»
на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
**«Профильное программное обеспечение для решения задач
профессиональной деятельности»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – Маркетинг и рыночная аналитика
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена:

- к.т.н., доцентом кафедры информатики и компьютерного проектирования Панкрушиной А.В.
- д.т.н., профессором кафедры информатики и компьютерного проектирования Соломатиным А.С.
- к.т.н., доцентом кафедры информатики и компьютерного проектирования Шакиной Э.А.
- старшим преподавателем кафедры информатики и компьютерного проектирования Сафоновой В.Д.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры информатики и компьютерного проектирования

«29» августа 2024 г., протокол № 1

Программа составлена:

- к.т.н., доцентом кафедры информатики и компьютерного проектирования Панкрушиной А.В.
- д.т.н., профессором кафедры информатики и компьютерного проектирования Соломатиным А.С.
- к.т.н., доцентом кафедры информатики и компьютерного проектирования Шакиной Э.А.
- старшим преподавателем кафедры информатики и компьютерного проектирования Сафоновой В.Д.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры информатики и компьютерного проектирования

«29» августа 2024 г., протокол № 1

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриата по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), накопленным опытом преподавания дисциплин кафедрой **информатики и компьютерного проектирования** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Профильное программное обеспечение для решения задач профессиональной деятельности»** относится к обязательной части дисциплин учебного плана. В дисциплине изучаются практические аспекты современной теории информационных систем. Подробно описаны формы представления информации, основы информационной культуры, инструменты информационного поиска, проблемы информационного общества, информационные технологии передачи и обработки информации, сведения об экономических информационных системах и технических средствах информационных технологий. Изучение дисциплины базируется на компетенциях, сформированных у обучающихся в общеобразовательной или профессиональной образовательной организации. Предполагается, что студенты знакомы с основными понятиями информатики. Студенты также должны владеть основными навыками работы с ПК.

Цель дисциплины – ознакомление студентов с теоретическими, практическими и методологическими основами современных информационных систем. В рамках изучения дисциплины у студентов формируются теоретические знания и практические навыки по инструментальным средствам программного обеспечения. Студенты изучают на практике виды информационных технологий.

Задачи дисциплины – приобретение студентами прочных теоретических знаний и практических навыков в области информационных технологий.

Дисциплина **«Профильное программное обеспечение для решения задач профессиональной деятельности»** преподается во 2 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**:

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1; Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод

		системного анализа УК-1.2; Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач УК-1.3; Владеет навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; использования системного подхода для решения поставленных задач

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
Естественно-научная подготовка	ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	ОПК-5.1;. Знает основные информационные технологии обработки информации
	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.1;. Знает прикладное современное программное обеспечение, применяемое в отрасли ОПК-6.2; Умеет выбрать и применить оптимальную прикладную программу для решения конкретной задачи ОПК-6.3; Владеет навыками применения цифровых технологий для решения задач профессиональной деятельности

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, представления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (информационные технологии)
- современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы.

Уметь:

- выбирать и использовать современные информационно-коммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности
- анализировать профессиональные задачи, выбирать и использовать подходящие ИТ-технологии.

Владеть:

- навыками работы с лежащими в основе ИТ-решений данными
- навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных средств, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Семестр	
	2 семестр	
	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48
Лекции (Л)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16
Лабораторные работы (ЛР)	0,89	32
Самостоятельная работа (СР)	0,67	24
Переработка учебного материала	-	-
Подготовка к практическим занятиям	0,14	5
Подготовка к лабораторным работам	0,25	9
Подготовка к экзамену	-	-
Подготовка к промежуточному контролю	0,14	5
Другие виды самостоятельной работы	0,14	5
Виды контроля		
Зачет	+	+
Экзамен	-	-
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельно изучение разделов дисциплины		-
Вид итогового контроля:	Зачет	

Вид учебной работы	Семестр	
	2 семестр	
	ЗЕ	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36
Лекции (Л)	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12
Лабораторные работы (ЛР)	0,89	24
Самостоятельная работа (СР)	0,67	18
Переработка учебного материала	-	-
Подготовка к практическим занятиям	0,14	3,75
Подготовка к лабораторным работам	0,25	6,75
Подготовка к экзамену	-	-
Подготовка к промежуточному контролю	0,14	3,75
Другие виды самостоятельной работы	0,14	3,75
Виды контроля		
Зачет	+	+
Экзамен	-	-
Контактная самостоятельная работа	-	-
Самостоятельно изучение разделов дисциплины		-
Вид итогового контроля:	Зачет	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/ п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. ПКМ Python и особенности его реализации для решения расчетных задач в химии и химической технологии	20	-	5	10	5
1.1	Объектно-ориентированный язык программирования Python: обзор. Особенности и свойства объектно-ориентированного программирования (ООП).	4	-	1	2	1
1.2	Введение в программирование на языке Python. Структура программы, отступы, модули, операторы, функции, особенности. Стандартные и нестандартные функции Python.	4	-	1	2	1
1.3	Разработка алгоритмов, программирование и отладка программ на Python (в среде Spyder).	4	-	1	2	1
1.4	Обзор предметно-ориентированной библиотеки модулей Python для научных и инженерных вычислений SciPy, сравнение с MATLAB.	4	-	1	2	1
1.5	Построение графиков на языке Python с использованием модуля matplotlib	4	-	1	2	1

2.	Раздел 2. Методы вычислительной математики. Основные этапы решения задач на ЭВМ. Решение систем линейных алгебраических уравнений (СЛАУ)	14	-	3	6	5
2.1	Прямые и итерационные численные методы. Элементы теории погрешностей. Понятие нормы. Особенности выполнения действий над матрицами на языке Python, информационные матричные функции.	4	-	1	2	1
2.2	Решение систем линейных алгебраических уравнений (СЛАУ). Постановка задачи. Погрешности. Методы с использованием обратной матрицы и метод простых итераций.	5	-	1	2	2
2.3	Обзор методов решения СЛАУ. Вычислительная устойчивость, сходимость методов. Обусловленность системы линейных алгебраических уравнений (СЛАУ) и число обусловленности.	5	-	1	2	2
3.	Раздел 3. Обработка результатов измерения одной величины. Приближение функции многочленами с одной независимой переменной. Решение систем нелинейных уравнений (СНУ) численными методами	20	-	5	10	5

3.1	Обработка экспериментальных данных. Точечные и интервальные оценки. Функции Python. Определение критерия Стьюдента	4	-	1	2	1
3.2	Приближение функций. Методы интерполяции зависимостей с одной независимой переменной. Интерполяционный многочлен Лагранжа, реализация на Python.	4	-	1	2	1
3.3	Приближение функций. Методы аппроксимации зависимостей с одной независимой переменной. Метод наименьших квадратов (МНК). Использование функций Python для аппроксимации и МНК	4	-	1	2	1
3.4	Алгоритмы метода простой итерации и метода Ньютона - Рафсона для решения СНУ. Скорость сходимости, оценки погрешности. Реализация методов в Python.	4	-	1	2	1
3.5	Методика использования решателей в модуле scipy.optimize, функции root_scalar, root.	4	-	1	2	1
4.	Раздел 4. Решение задач многомерной оптимизации численными методами. Анализ и решение дифференциальных уравнений численными методами	18	-	3	6	9

4.1	Классификация задач и методов оптимизации. Метод градиентного спуска. Метод деформируемого многогранника. Реализация методов в Python.	5	-	1	2	2
4.2	Встроенные методы SciPy. Выбор решателя в модуле scipy.optimize Встроенные методы SciPy, функции minimize_scalar, minimize.	5	-	1	2	2
4.3	Алгоритмы методов решения дифференциальных уравнений. Методы Эйлера и его модификации. Реализация методов наPython.	8	-	1	2	5
	Зачет	-	-	-	-	-
	ИТОГО	72	0	16	32	24

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. ПКМ Python и особенности его реализации для решения расчетных задач в химии и химической технологии

1.1. Объектно-ориентированный язык программирования Python: обзор. Особенности и свойства объектно-ориентированного программирования (ООП). Создание и использование дистрибутива Anaconda. Инфраструктуры Spyder, Jupiter, структура языка. Основные структуры данных (список, кортеж, объекты) и операции над ними. Алгоритмы. Основные алгоритмические конструкции (следование, ветвление, циклы) и их реализация в Python.

1.2. Введение в программирование на языке Python. Структура программы, отступы, модули, операторы, функции (именованные и анонимные), особенности. Стандартные и нестандартные функции языка Python (общего назначения, математические, обработка строк, ввод/вывод).

1.3. Разработка алгоритмов, программирование и отладка программ на Python (в среде Spyder). Управляющие конструкции if, for, while.

1.4 Обзор предметно-ориентированной библиотеки модулей Python для научных и инженерных вычислений SciPy (модули scipy и numpy, а также matplotlib), сравнение с MATLAB. Основная структура данных NumPy для векторных и матричных вычислений ndarray. Особенности выполнения действий над матрицами (сложение, вычитание, умножение, обращение) на языке Python. Информационные матричные функции (норма, определитель, ранг). Методы ndarray – T, copy, shape, size, ndim и др., индексирование, матричное произведение и функции модуля numpy len, shape, zeros, eye, dot, isclose, linspace, gradient, linalg.det.

1.5 Построение графиков на языке Python с использованием модуля matplotlib. Функции модуля matplotlib.pyplot plot, polar, plot_surface, colorbar, contour, quiver. Установка параметров и аннотирование графиков.

Раздел 2. Методы вычислительной математики. Основные этапы решения задач на ЭВМ. Решение систем линейных алгебраических уравнений (СЛАУ)

2.1. Прямые и итерационные численные методы. Элементы теории погрешностей. Понятие нормы. Особенности машинной арифметики (краткий повтор). Особенности выполнения действий над матрицами (сложение, вычитание, умножение, обращение) на языке Python, информационные матричные функции (норма, определитель, ранг).

2.2. Решение систем линейных алгебраических уравнений (СЛАУ). Постановка задачи. Погрешности. Методы с использованием обратной матрицы и метод простых итераций. Решение СЛАУ на языке Python с использованием модулей numpy.linalg и scipy.linalg. и функций det, rank, inv, cond, norm, solve.

2.3. Обзор методов решения СЛАУ. Вычислительная устойчивость, сходимость методов. Обусловленность системы линейных алгебраических уравнений (СЛАУ) и число обусловленности.

Раздел 3. Обработка результатов измерения одной величины. Приближение функции многочленами с одной независимой переменной. Решение систем нелинейных уравнений (СНУ) численными методами

3.1. Обработка экспериментальных данных. Точечные и интервальные оценки. Функции Python. Определение критерия Стьюдента

3.2. Приближение функций. Методы интерполяции зависимостей с одной независимой переменной. Интерполяционный многочлен Лагранжа, реализация в Python.

3.3. Приближение функций. Методы аппроксимации зависимостей с одной независимой переменной. Метод наименьших квадратов (МНК). Использование функций Python для аппроксимации и МНК scipy.polyfit, scipy.optimize.least_squares, scipy.optimize.lsqr_linear.

3.4.. Алгоритмы метода простой итерации и метода Ньютона - Рафсона для решения СНУ. Скорость сходимости, оценки погрешности. Реализация методов в Python.

3.5. Методика использования решателей в модуле `scipy.optimize`, функции `root_scalar`, `root`.

Раздел 4. Решение задач многомерной оптимизации численными методами. Анализ и решение дифференциальных уравнений численными методами

4.1. Классификация задач и методов оптимизации. Метод градиентного спуска. Метод деформируемого многогранника. Реализация методов в Python.

4.2. Встроенные методы SciPy. Выбор решателя в модуле `scipy.optimize`. Встроенные методы SciPy, функции `minimize_scalar`, `minimize`.

4.3. Алгоритмы методов решения дифференциальных уравнений. Методы Эйлера и его модификации. Реализация методов в Python. Выбор решателя в модуле `scipy.integrate`, функции `solve_ivp`, `solve_bvp`.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:				
1	– процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, представления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (информационные технологии)	+			+
2	– современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы.		+	+	
	Уметь:				
3	– выбирать и использовать современные информационно-коммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности		+	+	
4	– анализировать профессиональные задачи, выбирать и использовать подходящие ИТ-технологии.				+
	Владеть:				
5	– навыками работы с лежащими в основе ИТ-решений данными	+			
6	– навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных средств, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.		+		+

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные</u> и <u>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :						
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК				
7	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1; Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа	+	+	+	+
		УК-1.2; Умеет применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач	+	+	+	+

		УК-1.3; Владеет навыками поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; использования системного подхода для решения поставленных задач	+	+	+	+
	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК				
8	ОПК-5 Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	ОПК-5.1;. Знает основные информационные технологии обработки информации	+	+	+	+
9	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	ОПК-6.1;. Знает прикладное современное программное обеспечение, применяемое в отрасли	+	+	+	+

		ОПК-6.2; Умеет выбрать и применить оптимальную прикладную программу для решения конкретной задачи	+	+	+	+
		ОПК-6.3; Владеет навыками применения цифровых технологий для решения задач профессиональной деятельности	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1.	Объектно-ориентированный язык программирования Python: обзор.	2
2	1.2.	Введение в программирование на языке Python. Разработка алгоритмов, программирование и отладка программ на Python.	2
3	2.3.	Обзор предметно-ориентированной библиотеки модулей Python для научных и инженерных вычислений SciPy (модули scipy и numpy, а также matplotlib), сравнение с MATLAB.	2
4	2.1.	Прямые и итерационные численные методы. Решение систем линейных алгебраических уравнений (СЛАУ). Постановка задачи. Погрешности. Методы с использованием обратной матрицы и метод простых итераций. Обзор методов решения СЛАУ.	2
5	3.1.	Обработка экспериментальных данных. Точечные и интервальные оценки. Определение критерия Стьюдента.	2
6	3.2.	Приближение функций. Методы интерполяции зависимостей с одной независимой переменной. Интерполяционный многочлен Лагранжа. Методы аппроксимации зависимостей с одной независимой переменной. Метод наименьших квадратов (МНК). Постановка задачи интерполяции и аппроксимации.	2
7	4.1.	Классификация задач и методов оптимизации. Обзор методов: градиентные, безградиентные, случайного поиска. Градиентные методы поиска экстремума, общая характеристика. Метод наискорейшего спуска. Безградиентные методы: метод деформируемого многогранника (симплексный). Методы случайного поиска.	2
8	4.2.	Алгоритмы методов решения дифференциальных уравнений. Методы Эйлера и его модификации. Постановка задачи Коши. Оценка погрешности.	2

6.2 Лабораторные занятия

Выполнение лабораторного практикума способствует закреплению материала, изучаемого в дисциплине **«Профильное программное обеспечение для решения задач профессиональной деятельности»**, а также дает:

- знания об основных численных методах, необходимых химикам-технологам;
- умения пользоваться пакетами прикладных программ для обработки, представления и передачи данных;

- умения разрабатывать и пользоваться различными системами баз данных;

Максимальное количество баллов за выполнение лабораторного практикума в семестре составляет 70 баллов (максимально по 5 балла за каждую работу, всего 14 работ). Количество работ и баллов за каждую работу может быть изменено в зависимости от их трудоемкости.

Примеры лабораторных работ и разделы, которые они охватывают

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Часы
1	1.1.	Создание и использование дистрибутива Anaconda для создания окружения Python . Среда разработки Spyder и Jupyter Notebook . Основные структуры данных (список, кортеж, объекты) и операции над ними. Алгоритмы. Основные алгоритмические конструкции (следование, ветвление, циклы) и их реализация в Python.	2
2	1.2.	Структура программы, отступы, модули, операторы, функции (именованные и анонимные), особенности. Стандартные и нестандартные функции Python (общего назначения, математические, обработка строк, ввод/вывод). Управляющие конструкции if, for, while.	2
3	1.3.	Основная структура данных NumPy для векторных и матричных вычислений ndarray. Особенности выполнения действий над матрицами (сложение, вычитание, умножение, обращение) на языке Python.	2
4	1.4.	Информационные матричные функции (норма, определитель, ранг). Методы ndarray – T, copy, shape, size, ndim и др., индексирование, матричное произведение и функции модуля numpy len, shape, zeros, eye, dot, isclose, linspace, gradient, linalg.det.	2
5	1.5.	Построение графиков в Python с использованием модуля matplotlib. Функции модуля matplotlib.pyplot plot, polar, plot_surface, colorbar, contour, quiver. Установка параметров и аннотирование графиков.	2
6	2.1.	Элементы теории погрешностей. Понятие нормы. Особенности машинной арифметики (краткий повтор). Особенности выполнения действий над матрицами (сложение, вычитание, умножение, обращение) на языке Python, информационные матричные функции (норма, определитель, ранг).	2
7	2.2.	Решение СЛАУ с использованием модулей ПКМ Python: numpy.linalg и scipy.linalg. и функций det, rank, inv, cond, norm, solve.	2
8	2.3.	Вычислительная устойчивость, сходимость методов. Обусловленность системы линейных алгебраических уравнений (СЛАУ). Расчет числа обусловленности СЛАУ.	2

9	3.1.	Обработка результатов измерения одной величины. Расчет точечных и интервальных оценок, использование U-критерия и критерия Стьюдента.	2
10	3.2.	Приближение функции. Решение практических задач аппроксимации и интерполяция с использованием функций Python для аппроксимации и МНК <code>scipy.polyfit</code> , <code>scipy.optimize.least_squares</code> , <code>scipy.optimize.lsqr_linear</code> .	2
11	3.3.	Решение систем нелинейных уравнений (СНУ). Алгоритмы метода простой итерации и метода Ньютона - Рафсона для решения СНУ. Скорость сходимости, оценки погрешности. Использование решателей <code>simplify</code> , <code>collect</code> , <code>pretty</code> . Методика использования решателей в модуле <code>scipy.optimize</code> , функции <code>root_scalar</code> , <code>root</code> .	4
12	4.1.	Решение задач многомерной оптимизации. Градиентные методы. Постановка задачи. Алгоритм метода наискорейшего спуска, реализация метода с использованием языка Python.	2
13	4.2.	Решение задач многомерной оптимизации. Безградиентные методы. Постановка задачи. Встроенные методы SciPy, функции <code>minimize_scalar</code> , <code>minimize</code> . Выбор решателя в модуле <code>scipy.optimize</code>	2
14	4.3.	Реализация методов решения дифференциальных уравнений с использованием языка Python. Выбор решателя в модуле <code>scipy.integrate</code>	4

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольной работы;
- подготовку к сдаче лабораторного практикума по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине в семестре складывается из оценок за выполнение контрольной работы (максимальная оценка 30 баллов) и лабораторного практикума (максимальная оценка 70 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Не предусмотрено.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля в семестре предусмотрена 1 контрольная работа.
Максимальная оценка за контрольную работу составляет 30 баллов.

Раздел 1,2,3,4. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 15 баллов за вопрос.

Вариант контрольной работы

- 1) Дисперсия. Среднее значение. Доверительный интервал. Доверительная вероятность. Нахождение доверительного интервала.
- 2) Одномерные массивы. Ввод-вывод. Сумма. Максимум и минимум. Сортировка. Норма вектора

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины.

8.3.1 Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины (зачет).

Итоговый контроль по дисциплине в семестре не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Гартман Т.Н., Панкрушина А.В., Сафонова В.Д., Шакина Э.А., Сеннер С.А. Одномерная и многомерная оптимизация с применением современных информационных технологий: [учеб. пособие] – М.: Изд-во РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2023. – 96 с.
2. Гартман Т.Н., Панкрушина А.В., Васильев А.С. Решение вычислительных задач на языке Python в химии и химической технологии: [учеб. пособие] – М.: Изд-во РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2020. – 176 с.
3. Гартман Т.Н., Клушин Д.В. Моделирование химико-технологических процессов. Принципы применения пакетов компьютерной математики: [учеб. пособие] / Гартман Т.Н., Клушин Д.В. – СПб.: Изд-во Лань, 2020. – 404 с.

Б. Дополнительная литература

1. Шакина Э.А., Сафонова В.Д., Павлов А.С., Советин Ф.С., Сеннер С.А., Гартман Т.Н., Асеев К.М. Обработка результатов исследований с применением многофункционального табличного редактора: [учеб. пособие] – М.: Изд-во РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2018. – 60 с.
2. Шакина Э.А., Советин Ф.С., Сеннер С.А., Миронов В.И., Калинин В.Н., Артемьева Л.И., Соломатин А.С. – М.: Введение в информатику. РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2012. – 80 с.

3. Гартман Т.Н., Клушин Д.В.: Основы компьютерного моделирования химико-технологических процессов; учебное пособие для ВУЗов. – М. изд. «Академкнига», 2008. – 416 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://intuit.ru>
- <http://wolframalfa.com>
- <http://mathnet.ru>
- <http://arxiv.org> и archive.org

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 120);
- Текстовый редактор Microsoft Word 2019 (и выше)
- Табличный редактор Microsoft Excel 2019 (и выше)
- Редактор презентаций PowerPoint 2019 (и выше)
- Комплект технических средств для демонстрации презентаций
- Лицензионный пакет MATLAB – сетевая версия на 30 рабочих станций
- Учебный портал РХТУ им. Д.И. Менделеева
- Почтовый мессенджер e-mail
- Мессенджер Telegram
- Видеоконференции в Skype, Zoom, Microsoft Teams
- Электронная информационно-образовательная среда ЭИОС

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Профильное программное обеспечение для решения задач профессиональной деятельности»* проводятся в форме практических занятий, лабораторных работ и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

- Учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью;
- учебная аудитория для проведения лабораторных занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации;
- компьютерные классы, насчитывающие не менее 10 посадочных мест с предустановленным программным обеспечением для выполнения лабораторных работ;
- библиотека, имеющая рабочие компьютерные места, оснащённые компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Учебные пособия по дисциплине. Электронный раздаточный материал к разделам курса. Демонстрационный материал по курсу.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

- персональные компьютеры, укомплектованные проигрывателями CD и DVD, принтерами и программными средствами, проекторы, экраны;
- аудитории со стационарными комплексами отображения информации с любого электронного носителя;
- WEB-камеры;
- цифровой фотоаппарат;
- копировальные аппараты;
- локальная сеть с выходом в Интернет;

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Учебники, учебные и учебно-методические пособия по основным разделам курса.

Электронные образовательные ресурсы: кафедральные библиотеки электронных изданий, электронный конспект материалов по дисциплине, электронные презентации по темам курса; учебно-методические разработки кафедры в электронном виде; справочные материалы в электронном виде.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINHOME 10 Russian	Контракт № 28-	150 лицензий	бессрочная

	OLV NL Each AcademicEdition	35ЭА/2020 от 26.05.2020	для активации на рабочих станциях	
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: • Word • Excel • Power Point • Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 от 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. ПКМ Python и особенности его реализации для решения расчетных задач в химии и химической технологии.	<i>Знает:</i> – современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы. <i>Умеет:</i> – выбирать и использовать современные информационно-коммуникационные и интеллектуальные технологии, инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности – анализировать профессиональные задачи, выбирать и использовать подходящие ИТ-технологии. <i>Владеет:</i> – навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных средств, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.	Оценка за контрольную работу №1 Оценка за лабораторный практикум

Раздел 2. Методы вычислительной математики. Основные этапы решения задач на ЭВМ. Решение систем линейных алгебраических уравнений (СЛАУ).	<i>Знает:</i> – процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, представления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов (информационные технологии) – современные инструментальные среды, программно-технические платформы и программные средства, в том числе отечественного производства, используемые для решения задач профессиональной деятельности, и принципы их работы. <i>Умеет:</i> – анализировать профессиональные задачи, выбирать и использовать подходящие ИТ-технологии. <i>Владеет:</i> – навыками работы с лежащими в основе ИТ-решений данными	Оценка за контрольную работу №1 Оценка за лабораторный практикум
Раздел 3. Обработка результатов измерения одной величины. Приближение функции многочленами с одной независимой переменной. Решение систем нелинейных уравнений (СНУ) численными методами.	<i>Владеет:</i> – навыками работы с лежащими в основе ИТ-решений данными – навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных средств, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.	Оценка за контрольную работу №1 Оценка за лабораторный практикум
Раздел 4. Решение задач многомерной оптимизации численными методами. Анализ и решение дифференциальных уравнений численными методами.	<i>Владеет:</i> – навыками работы с лежащими в основе ИТ-решений данными – навыками применения современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий, инструментальных средств, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности.	Оценка за контрольную работу №1 Оценка за лабораторный практикум

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);
- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;
- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Профильное программное обеспечение для решения задач профессиональной
деятельности»

направления подготовки (специальности)

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

Маркетинг и рыночная аналитика

(наименование профиля подготовки (магистерской программы, специализации))

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Реклама»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга
О.Ю. Егоровой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина **«Реклама»** относится к обязательным дисциплинам вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента, маркетинга.

Цель дисциплины – освоение теоретических и практических аспектов рекламной деятельности, позволяющих профессионально планировать рекламную кампанию, оптимизировать рекламный бюджет, проводить оценку эффективности рекламы для устойчивого функционирования и развития предприятия (организации) в конкурентной среде на основе гармонизации интересов потребителей и предприятия (организации).

Задачи дисциплины:

- рассмотрение рекламной коммуникации и ее основных элементов;
- изучение способов продвижения рекламы;
- изучение основ рекламного менеджмента, включая формирование рекламной службы на предприятии, взаимодействие предприятия с рекламным агентством, средствами массовой информации и другими участниками рекламного процесса,
- умение самостоятельно определять цели и задачи рекламной деятельности адекватно сложившейся ситуации;
- рассмотрение влияния рекламы на эффективность и результативность коммерческой деятельности.

Дисциплина **«Реклама»** преподается в 3 семестре для очной и очно-заочной формы обучения. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда.	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или
	Консалтинговые агентства		ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.	
	Линейные процессы управления в организации		ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.	
	Бизнес-процессы управления в организации			
	08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и			

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			административного регламента организации (уровень квалификации – 6).

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- сущность и элементы рекламной коммуникации;
- критерии позиционирования в рекламе;
- стадии маркетингового процесса и роль рекламы в этих процессах;
- законодательные требования в сфере рекламы;
- виды рекламного распространения, их преимущества и недостатки;
- основные элементы рекламного сообщения;
- подходы к составлению рекламного сообщения;
- основы планирования рекламной кампании.

Уметь:

- определять цели рекламной деятельности;
- разрабатывать план рекламной кампании;
- использовать знание законодательства для осуществления профессиональных функций в области рекламы;
- составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы;
- организовывать взаимодействие с участниками рекламного процесса;
- использовать рекламу в сочетании с другими средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Владеть:

- методами маркетинговых исследований;
- навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы с учетом норм законодательства;
- подходами к составлению рекламного сообщения;
- навыками написания рекламных и PR-текстов;
- подходами к построению рекламной службы на предприятии;
- методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения:

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
в том числе в форме практической подготовки	0,44	16	12
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8	44,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины

	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
в том числе в форме практической подготовки	0,22	8	6
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ.ч.					
		Всего	Лекции	Практ. занятия	в т.ч. в форме пр. подг.	Лаб. работы	Сам. работа
	Введение. Определение и функции рекламы. Рекламный процесс.	1	1	-	-	-	-
1.	Раздел 1. Реклама и процесс маркетинга	11	5	-	-	-	6
1.1	Основные стадии процесса маркетинга. Роль рекламы в плане маркетинга.	7	3	-	-	-	4
1.2	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.	4	2	-	-	-	2
2.	Раздел 2. Рекламное законодательство и этика в рекламе.	18	6	2	2	-	10
2.1	Государственное регулирование. Саморегулирование в рекламе.	8	2	2	2	-	4
2.2	Культура и этика в рекламе.	5	2	-	-	-	3
2.3	Социально-психологическое воздействие рекламы	5	2	-	-	-	3
3.	Раздел 3. Виды рекламы.	8	4	-	-	-	4
3.1	Основные виды рекламы и особенности их выбора.	4	2	-	-	-	2
3.2	Фирменный стиль в рекламе. Рекламные идентификаторы.	4	2	-	-	-	2

4.	Раздел 4. Подготовка рекламного сообщения.	17	6	4	4	-	7
4.1	Рекламный текст.	6	2	2	2	-	2
4.2	Изображение и звучание в рекламном сообщении	4	2	-	-	-	2
4.3	Рекламный креатив	7	2	2	2	-	3
5.	Раздел 5. Организация рекламной деятельности	33	10	8	8	-	15
5.1	Участники рекламной деятельности. Рекламная служба в организации. Рекламные агентства. Структура. Требования к персоналу.	4	2	-	-	-	2
5.2	Организация и планирование рекламных кампаний	5	2	-	-	-	3
5.3	Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламной деятельности.	7	2	2	2		3
5.4	Мероприятия по стимулированию сбыта. Роль выставок в комплексе маркетинговой программы предприятия	9	2	4	4		3
5.5	Оценка эффективности рекламной деятельности. Определение экономической эффективности рекламы.	8	2	2	2		4
	Реферат	20	-	2	2		18
	ИТОГО	108	32	16	16	-	60

Очно-заочная форма

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ.ч.					
		Всего	Лекции	Практ. занятия	в т.ч. в форме пр. подг.	Лаб. работы	Сам. работа
	Введение. Определение и функции рекламы. Рекламный процесс.	0,5	0,5	-	-	-	-
1.	Раздел 1. Реклама и процесс маркетинга	10,5	2,5	-	-	-	8
1.1	Основные стадии процесса маркетинга. Роль рекламы в плане маркетинга.	6,5	1,5	-	-	-	5
1.2	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.	4	1	-	-	-	3
2.	Раздел 2. Рекламное законодательство и этика в рекламе.	18	3	1	1	-	14
2.1	Государственное регулирование. Саморегулирование в рекламе.	8	1	1	1	-	6
2.2	Культура и этика в рекламе.	5	1	-	-	-	4
2.3	Социально-психологическое воздействие рекламы	5	1	-	-	-	4
3.	Раздел 3. Виды рекламы.	10	2	-	-	-	8
3.1	Основные виды рекламы и особенности их выбора.	5	1	-	-	-	4
3.2	Фирменный стиль в рекламе. Рекламные идентификаторы.	5	1	-	-	-	4

4.	Раздел 4. Подготовка рекламного сообщения.	15	3	2	2	-	10
4.1	Рекламный текст.	5	1	1	1	-	3
4.2	Изображение и звучание в рекламном сообщении	4	1	-	-	-	3
4.3	Рекламный креатив	6	1	1	1	-	4
5.	Раздел 5. Организация рекламной деятельности	34	5	4	4	-	25
5.1	Участники рекламной деятельности. Рекламная служба в организации. Рекламные агентства. Структура. Требования к персоналу.	5	1	-	-	-	4
5.2	Организация и планирование рекламных кампаний	6	1	-	-	-	5
5.3	Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламной деятельности.	7	1	1	1		5
5.4	Мероприятия по стимулированию сбыта. Роль выставок в комплексе маркетинговой программы предприятия	8	1	2	2		5
5.5	Оценка эффективности рекламной деятельности. Определение экономической эффективности рекламы.	8	1	1	1		6
	Реферат	20	-	1	1		19
	ИТОГО	108	16	8	-	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

Введение. Определение рекламы. Функции рекламы: коммуникативная, экономическая, социальная, идеологическая, имиджевая. Основные понятия рекламного процесса. Элементы процесса коммуникации.

Раздел 1. Реклама и процесс маркетинга.

1.1 Основные стадии процесса маркетинга: исследования, стратегическая, реализации, оценки.

Стадия исследования: рыночный и конкурентный анализ. Анализ свойств товара. Анализ потребительской аудитории, изучение отношения потребителей к товару данной марки; исследование покупательских мотивов. Определение целей кампании по продвижению товара. Роль рекламы в плане маркетинга.

Стратегическая стадия маркетингового процесса: позиционирование, продвижение, документы планирования, бизнес-план. Уникальное торговое предложение (УТП). Позиционирование Маркетинговый микс. Стратегический документ: маркетинговая цель, целевая аудитория, продукт, индивидуальность бренда, обещание.

1.2. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).

Виды ИМК: Директ-маркетинг. Спонсорство. Мерчандайзинг. Специальные события. Классификация рекламы ATL, BTL. Нетрадиционная реклама (BTL). Сопоставление рекламы и других видов ИМК.

Основные направления деятельности. Паблик рилейшнз. Отличия рекламы и паблик рилейшнз по характеру решаемых задач, методам использования масс-медиа, периоду времени решения задач, возможностям контроля.

Раздел 2. Рекламное законодательство и этика в рекламе.

2.1. Государственное регулирование. Саморегулирование в рекламе.

Федеральный закон: «О рекламе». Ненадлежащая реклама: недобросовестная, недостоверная. Особенности рекламы в различных СМИ. Защита несовершеннолетних в рекламе. Социальная реклама. Требования к рекламе фармпрепаратов, алкогольной, табачной продукции и др.

Федеральные законы «О товарных знаках», «О защите прав потребителей».

Международная торговая палата (Международный кодекс рекламной практики), Международная ассоциация рекламы. Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР).

2.2 Культура и этика в рекламе.

Реклама и общество. Универсальные и культурно-национальные этические нормы. Вкус и реклама. Стереотипы в рекламе. Реклама как способ межкультурной коммуникации.

2.3 Социально-психологическое воздействие рекламы.

Модели психологического воздействия рекламы.

Раздел 3. Виды рекламы.

3.1. Основные виды рекламы и особенности их выбора.

Классификация по видам рекламоносителей. Печатная реклама, радиореклама, телевизионная, наружная реклама, интернет-реклама. Особенности рекламных жанров. Преимущества и недостатки различных видов СМИ. Элементы медиапланирования.

3.2. Фирменный стиль в рекламе. Рекламные идентификаторы.

Некоторые из самых известных мировых брэндов. Типы брэндов: семейственный, ассортиментный, зонтичный, индивидуальный.

Рекламные идентификаторы: торговая марка, логотип.

Раздел 4. Подготовка рекламного сообщения.

4.1. Рекламный текст.

Формула рекламного воздействия, вербальная составляющая рекламного сообщения (слоган, заголовок, эхо-фраза), творческая концепция.

Рациональный и эмоциональный подходы к составлению рекламного сообщения.

Методология тестирования рекламных текстов.

4.2. Изображение и звучание в рекламном сообщении.

Правила компоновки, рекламные персонажи, цветовые значения, символика цвета (тест Люшера), шрифты. Взаимодействие текста и изображения.

Музыка, звуковое оформление текста и звуковые эффекты.

4.3. Рекламный креатив. Творческий конкурентный анализ, творческие теории, методы активизации поиска идей. Нейролингвистическое программирование (НЛП) в процессе создания и тестирования рекламного сообщения.

Раздел 5. Организация рекламной деятельности.

5.1. Участники рекламной деятельности. Рекламодатель. Рекламная служба в организации. Требования к персоналу. Рекламная активность предприятия.

Рекламные агентства. Типы рекламных агентств и их структура. Выбор рекламного агентства. Варианты работы с рекламным агентством.

5.2. Организация и планирование рекламных кампаний.

Варианты построения рекламной кампании (РК). Этапы РК. План РК: анализ маркетинговой ситуации, определение целей РК, разработка рекламной стратегии, выбор средств распространения рекламы, оценка рекламного бюджета. Планирование финансовых показателей.

5.3. Медиапланирование как составляющая организации и планирования рекламной деятельности.

Цели и задачи медиапланирования. Оперативное и тактическое медиапланирование. Этапы медиапланирования. Медиапараметры. Оптимизация медиаплана.

5.4. Мероприятия по стимулированию сбыта. Роль выставок в комплексе маркетинговой программы предприятия.

Параметры выбора выставки. Подготовка выставочного стенда. Реклама до и во время выставки. Формирование выставочного дизайна. Технология работы на выставке. Оценка эффективности участия в выставке.

5.5. Оценка эффективности рекламной деятельности. Методы оценки эффективности рекламы. Виды оценочных тестов.

Определение коммуникативной эффективности рекламы. Преимущества и недостатки различных видов тестирования. Определение экономической эффективности рекламы. Критерии оценки экономической эффективности рекламы. Параметрические модели расчета экономической эффективности. Принципы эффективной рекламы.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5
	Знать:					
1	сущность и элементы рекламной коммуникации;	+				
2	критерии позиционирования в рекламе;	+				
3	стадии маркетингового процесса и роль рекламы в этих процессах;	+				+
4	законодательные требования в сфере рекламы;		+			
5	виды рекламного распространения, их преимущества и недостатки;			+		
6	основные элементы рекламного сообщения;				+	
7	подходы к составлению рекламного сообщения;				+	
8	основы планирования рекламной кампании.					+
	Уметь:					
9	определять цели рекламной деятельности;	+				+
10	разрабатывать план рекламной кампании;					+
11	использовать знание законодательства для осуществления профессиональных функций в области рекламы;		+			
12	составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы;			+	+	+
13	организовывать взаимодействие с участниками рекламного процесса;		+			+
14	использовать рекламу в сочетании с другими средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций.	+				+
	Владеть:					
15	методами маркетинговых исследований;	+				+
16	навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы с учетом норм законодательства;		+			
17	навыками планирования рекламной кампании;			+		+
18	навыками написания рекламных и PR-текстов;				+	
19	подходами к построению рекламной службы на предприятии;	+	+	+	+	+
20	методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы.	+	+	+		+

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :							
	Код и наименование ПК.	Код и наименование индикатора достижения ПК.					
21	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда.	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	+				
		ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	+	+	+	+	+
		ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.	+				+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Примерные темы практических занятий	Часы
1	2	Позиционирование товара по критериям в рекламе.	1
2	2	Нарушение рекламного законодательства. Примеры из рекламной практики.	1
3	4	Подготовка технического задания (брифа) на разработку, изготовление и размещение рекламы.	2
4	4	Создание рекламного сообщения. Построение рекламного текста.	2
5	5	Медиапланирование. Показатели медиапланирования. Оптимизация медиаплана.	4
6	5	Изучение сайта международной выставки. Ознакомление и анализ экспозиций крупных отечественных и зарубежных компаний.	4

Очно-заочная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Примерные темы практических занятий	Часы
1	2	Позиционирование товара по критериям в рекламе.	0,5
2	2	Нарушение рекламного законодательства. Примеры из рекламной практики.	0,5
3	4	Подготовка технического задания (брифа) на разработку, изготовление и размещение рекламы.	1
4	4	Создание рекламного сообщения. Построение рекламного текста.	1
5	5	Медиапланирование. Показатели медиапланирования. Оптимизация медиаплана.	2
6	5	Изучение сайта международной выставки. Ознакомление и анализ экспозиций крупных отечественных и зарубежных компаний.	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Учебной программой дисциплины *«Реклама»* предусмотрена самостоятельная работа студента в объеме 60 часов (очная форма) и 84 часа (очно-заочная форма). Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

– регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала и подготовку к выполнению контрольных работ по разделам курса;

– ознакомление и проработку рекомендованной литературы, и работу с электронно-библиотечными системами, включая публикации из научных и научно-практических журналов, включенных в базу данных «Экономика промышленности» ВИНТИ, базы Scopus, Web of Science, e-library;

- подготовку реферата по тематике курса;
- подготовку презентации к выполненной работе;
- выполнение самостоятельных работ по установленной тематике;
- посещение отраслевых выставок;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике курса;
- подготовку к *зачету* по курсу.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в учебной программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 30 баллов), написания реферата и подготовки презентации к нему (максимальная оценка 20 баллов) и выполнение самостоятельных работ (максимальная оценка 50 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. История развития рекламы в мире.
2. Основные этапы развития рекламы в России.
3. Особенности рекламы промышленных товаров.
4. Особенности рекламы потребительских товаров.
5. Особенности рекламы услуг.
6. Реклама товаров премиум-класса.
7. Социальная реклама.
8. Экологическая реклама.
9. Модели психологического воздействия рекламы (AIDA, ACCA, DAGMAR и другие).
10. Стереотипы и символы культуры отдельных стран мира в рекламе.
11. Рекламное самоуправление в России и за рубежом.
12. Рекламные сюжеты.
13. Рекламные персонажи.
14. Образ женщины (мужчины) в рекламе.
15. Разработка имени торговой марки и слогана.
16. Звуковое оформление рекламы.
17. Особенности и этапы организации рекламы в прессе.
18. Особенности печатной (полиграфической) рекламы.
19. Особенности телевизионной рекламы.
20. Особенности рекламы на радио.
21. Особенности наружной рекламы.
22. Интернет-рекламы.

23. Проблемы рекламного творчества.
24. Новые технологии в рекламе.
25. Структура и деятельность рекламного агентства.
26. Взаимодействие рекламного агентства с рекламодателем.
27. Современное состояние российского рынка рекламы.
28. Современное состояние российского рынка медиазakupок. Рейтинг медиаагентств и холдингов.
29. Тенденции и подходы к рекламированию продуктов питания.
30. Тенденции и подходы к рекламированию косметических средств.
31. Тенденции и подходы к рекламированию лекарственных препаратов.
32. Тенденции и подходы к рекламированию финансовых услуг.
33. Рекламная кампания предприятия (на примере предприятия X – по выбору) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
34. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Procter & Gamble) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
35. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Nestle) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
36. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Pepsi Co) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
37. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Unilever) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
38. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Johnson & Johnson) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
39. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Nissan) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
40. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Мегафон) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
41. Рекламная кампания предприятия (на примере компании МТС) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
42. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Билайн) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
43. Рекламная кампания предприятия (на примере компании TELE 2) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
44. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Лукойл) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
45. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Фосагро) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
46. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Эльдорадо (сеть магазинов)) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
47. Рекламная кампания предприятия (на примере компании Спортмастер (сеть магазинов)) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
48. Рекламная кампания предприятия (на примере компании «Хенкель») и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
49. Рекламная кампания предприятия (на примере компании DuPont Russia) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
50. Рекламная кампания предприятия (на примере банка ВТБ) и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
51. Рекламная кампания предприятия (на примере банка «Тинькофф») и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.
52. Рекламная кампания предприятия автомобильной отрасли и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.

53. Рекламная кампания предприятия сферы недвижимости и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.

54. Рекламная кампания предприятия фармацевтической отрасли и ее воздействие на маркетинговые и имиджевые показатели.

55. Социальные интернет-сети как инструмент формирования потребительской лояльности.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы 1, 2 и 3 (3 семестр для очной и очно-заочной формы обучения) составляет 10 баллов за каждую работу.

Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 10 баллов. Контрольная работа содержит 10 тестовых вопросов, по 1 баллу за вопрос.

1.1. Расположите приведенные ниже понятия от общего к частному.

- A. Реклама
- B. Маркетинговые коммуникации
- C. Товарная реклама
- D. Массовые коммуникации

1.2. Что включает понятие «фирменный стиль»?

- A. Логотип
- B. Паблик рилейшнз
- C. Личная продажа
- D. Стимулирование сбыта

1.3. Какой элемент, кроме рекламы, относится к системе маркетинговых коммуникаций?

- A. Позиционирование
- B. Паблик рилейшнз
- C. Потребители
- D. Маркетинговые исследования

1.4. Какой элемент не относится к элементам формулы AIDA?

- A. Внимание
- B. Желание
- C. Знание
- D. Интерес

1.5. В какой последовательности происходит психологическое воздействие рекламы на человека?

- A. Интерес-внимание-желание-активность
- B. Желание-внимание-интерес-активность
- C. Внимание-интерес-желание-активность
- D. Желание-интерес-внимание-активность

1.6. Какое средство психологически воздействует на потребителя?

- A. Товар
- B. Мотивация
- C. Цена
- D. Исследование

1.7. Какое средство рекламы использует рекламно-каталожные и рекламно-подарочные издания?

- A. Наружная реклама
- B. Телереклама
- C. Радиореклама
- D. Печатная реклама

1.8. Каковы преимущества рекламы в кино?

- A. Воздействие увеличенных изображений
- B. Внимание и сосредоточенность;
- C. Точное попадание в целевую аудиторию
- D. Высокий престиж

1.9. К ATL-рекламе относятся:

- A. Размещение рекламного ролика на радио
- B. Спонсирование мероприятия
- C. Мерчендайзинг
- D. Проспекты, каталоги фирмы

1.10. К BTL-рекламе относятся:

- A. Размещение рекламы на строительной сетке
- B. E-mail реклама
- C. Модульная реклама в газете
- D. Ручка с логотипом фирмы

Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка – 10 баллов. Контрольная работа содержит 10 тестовых вопросов, по 1 баллу за вопрос.

2.1. В соответствии с законом «О рекламе» РФ в рекламе не допускается:

- A. Указание на то, что объект одобряется органами государственной власти
- B. Использование фирменных наименований на иностранном языке
- C. Использование образов медицинских работников
- D. Демонстрация процессов курения и употребления алкогольных напитков

2.2. По закону РФ запрещена реклама:

- A. На автомобилях федеральной почтовой связи
- B. На транспортных средствах оперативных служб
- C. На транспортных средствах перевозки пассажиров
- D. На личных автомобилях

2.3. По закону РФ запрещена реклама:

- A. Табака и курительных принадлежностей
- B. Реклама основанных на риске игр
- C. Оружия в рамках военно-технического сотрудничества РФ
- D. Пива, использующая образы людей и животных

2.4. Недобросовестной признается реклама, которая:

- A. Содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами других изготовителей
- B. Порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента
- C. Содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров

D. Содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами других изготовителей

2.5. Не допускается прерывать рекламой следующие телепередачи:

- A. Религиозные телепередачи (искл. спонсорская реклама в начале и в конце).
- B. Телепередачи продолжительностью менее чем пятнадцать минут (искл. спонсорская реклама в начале и в конце).
- C. Трансляция в прямом эфире спортивного соревнования.
- D. Телепередачи, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе с применением декодирующих технических устройств.

2.6. В социальной рекламе не допускается:

- A. упоминание о конкретных марках товаров
- B. упоминания об органах государственной власти
- C. упоминание о физических лицах и юридических лицах
- D. упоминание об органах местного самоуправления

2.7. Каковы сроки хранения рекламных материалов:

- A. 1 год
- B. 2 года
- C. 3 года

2.8. Допускается ли распространение рекламы в детских и образовательных радиопередачах?

- A. Не допускается.
- B. Допускается в радиопередачах, продолжительность которых составляет не менее чем пятнадцать минут.
- C. Допускается в радиопередачах, продолжительность которых составляет не менее чем двадцать пять минут.

2.9. Реклама пива и напитков на его основе разрешена:

- A. В сети интернет
- B. Во время телетрансляции спортивных соревнований
- C. На личном автотранспорте
- D. В журналах, исключая первую и последнюю страницу и обложку

2.10. Реклама ценных бумаг должна содержать:

- A. Сведения о лицах, обязавшихся по рекламируемым ценным бумагам
- B. Обещание выплаты дивидендов по акциям
- C. Прогнозы роста курсовой стоимости ценных бумаг

Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Максимальная оценка 10 баллов.

3.1. Укажите, кто является прямым участником рекламного процесса:

- A. Рекламодатель
- B. Рекламное агентство
- C. Журнал
- D. Типография
- E. Потребитель

- 3.2. Редакторы и копирайтеры включаются в состав:
- A. Отдела рекламных исследований
 - B. Средств массовой информации
 - C. Творческого отдела
 - D. Отдела размещения рекламы
- 3.3. Расположите в правильной последовательности этапы рекламной кампании:
- A. Стратегическое планирование
 - B. Исследования
 - C. Производство рекламной продукции и проведение рекламной кампании
 - D. Принятие тактических решений
 - E. Подведение итогов рекламной кампании
- 3.4. Какие медиапараметры отражают интенсивность рекламной кампании?
- A. Рейтинг
 - B. Охват (Reach)
 - C. Частота (Frequency)
 - D. Доля аудитории (Share)
- 3.5. В каких единицах измеряется охват (Reach)?
- A. В процентах
 - B. В тыс. человек
 - C. В денежных единицах
 - D. Безразмерная величина
- 3.6. Экономическую эффективность рекламы определяют:
- A. Яркость и красочность рекламы
 - B. Искусство производить психологическое воздействие на людей
 - C. Увеличение реализации товаров
 - D. Возросшая известность фирмы
- 3.7. Какой тип графика рекламной кампании вы предпочтете для продвижения товаров сезонного потребления?
- A. Импульсный (pulsing)
 - B. Рекламные всплески (flighting strategy)
 - C. Возрастающий
 - D. Непрерывный (равномерный, continuous)
- 3.8. На каком этапе рекламной кампании определяют каналы (средства) размещения рекламы?
- A. Стадии исследования
 - B. Стратегического медиапланирования
 - C. Тактического медиапланирования
 - D. Постановки целей рекламной кампании
- 3.9. Какой вид управления рекламной деятельностью принимается в рекламном агентстве, которому отводится роль центра управления рекламной кампанией?
- A. Централизованное
 - B. Децентрализованное
 - C. Смешанное
- 3.10. Коммуникационная эффективность позволяет оценить:

- А. Соответствие рекламы целевой аудитории
- В. Динамику уровня рекламных затрат
- С. Запоминаемость рекламы
- Д. Психологическое воздействие рекламы

Примерный перечень самостоятельных работ (Максимальная оценка за самостоятельные работы 1–5 (3 семестр для очной и очно-заочной формы обучения) составляет 10 баллов за каждую работу).

1. Выделить основные критерии позиционирования товаров и привести примеры из рекламных сообщений, иллюстрирующих соответствующие критерии.
2. Найти примеры нарушения закона «О рекламе» из действующей рекламной практики.
3. Составить техническое задание (бриф) на разработку, изготовление и размещение рекламы. Сформировать уникальное торговое предложение для выбранного товара или услуги.
4. Подготовить рекламное сообщение (РС) для определенного продукта или компании. Учесть целевую аудиторию, маркетинговые задачи, обосновать выбор типа РС, написать текст РС, обозначить визуальный ряд.
5. Изучить сайт крупной международной выставки. Ознакомиться и проанализировать экспозиции крупных отечественных и зарубежных компаний. Подготовить отчет.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (3 семестр - зачет для очной и очно-заочной формы обучения).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов (3 семестр).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. *Синяева, И. М.* Реклама и связи с общественностью : учебник для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 552 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14843-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488737>
2. Антипов, К.В. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебник / К.В. Антипов. - Электрон. дан. - Москва: Дашков и К, 2017. - 328 с.

Б. Дополнительная литература

1. *Федотова, Л. Н.* Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489371>

2. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495461>
3. Трушина, Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы [Электронный ресурс]: учебник / Л.Е. Трушина. - Электрон. дан. - Москва: Дашков и К, 2016. - 248 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93318>.
4. Кузнецов, П.А. Современные технологии коммерческой рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / П.А. Кузнецов. - Электрон. дан. - Москва: Дашков и К, 2016. - 296 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/70573>.
5. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2016. - 336 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93373>.
6. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» www.consultant.ru.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению самостоятельных работ.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Реклама: теория и практика» ISSN 2410-9622
- Журнал «Секрет фирмы» ISSN 1727-4192
- Журнал «Маркетинг» ISSN 0869-3722
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» ISSN 1028-5849
- Журнал «Эксперт» ISSN 1812-1896
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» ISSN 2074-5095

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- Информационно-аналитический портал по рекламе, маркетингу и PR «Advertology. Наука о рекламе» (Электронный ресурс) www.advertology.ru.
- Информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России Adindex.ru (Электронный ресурс) www.adindex.ru.
- Рекламные идеи: журнал (Электронный ресурс) www.advi.ru.
- Российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR Sostav.ru. www.sostav.ru.
- Сайт ассоциации коммуникационных агентств России АКАР <http://www.akarussia.ru/>.
- Сайт Федеральной антимонопольной службы России <https://fas.gov.ru/>.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации лекций – 18 шт. (тематических презентаций);
- банк тем рефератов (общее число тем – 55)

– банк тестовых вопросов для промежуточного контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 100).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Реклама и процесс маркетинга	<i>Знает:</i> – Сущность и элементы рекламной коммуникации; – Критерии позиционирования в рекламе; – Стадии маркетингового процесса и роль рекламы в этих процессах. <i>Умеет:</i> – Определять цели рекламной деятельности; – Разрабатывать план рекламной кампании; – Использовать рекламу в сочетании с другими средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций. <i>Владеет:</i> – Методами маркетинговых исследований; – подходами к построению рекламной службы на предприятии – методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы	Контрольная работа №1. Самостоятельная работа №1.
Раздел 2. Рекламное законодательство и этика в рекламе.	<i>Знает:</i> – Законодательные требования в сфере рекламы. <i>Умеет:</i> – Использовать знание законодательства для осуществления профессиональных функций в области рекламы. – Организовывать взаимодействие с участниками рекламного процесса. <i>Владеет:</i> – Навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы с учетом норм законодательства.	Контрольная работа №2. Самостоятельная работа №2.

	– подходами к построению рекламной службы на предприятии – методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы.	

Продолжение таблицы

Раздел 3. Виды рекламы.	<i>Знает:</i> – Виды рекламного распространения, их преимущества и недостатки. <i>Умеет:</i> – Составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы; <i>Владеет:</i> – Навыками планирования рекламной кампании – подходами к построению рекламной службы на предприятии – методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы.	Самостоятельная работа №3
Раздел 4. Подготовка рекламного сообщения.	<i>Знает:</i> – Основные элементы рекламного сообщения. – Подходы к составлению рекламного сообщения; <i>Умеет:</i> – Составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы. <i>Владеет:</i> – Навыками написания рекламных и PR-текстов. – Подходами к построению рекламной службы на предприятии.	Самостоятельная работа №4
Раздел 5. Организация рекламной деятельности	<i>Знает:</i> – Стадии маркетингового процесса и роль рекламы в этих процессах. – Основы планирования рекламной кампании. <i>Умеет:</i>	Контрольная работа №3. Самостоятельная работа №5. Реферат (по одному из разделов). Зачет.

	– Определять цели рекламной деятельности; – Разрабатывать план рекламной кампании; – Составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы; – Организовывать взаимодействие с участниками рекламного процесса; – Использовать рекламу в сочетании с другими средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций. <i>Владеет:</i> – методами маркетинговых исследований – навыками планирования рекламной кампании – Подходами к построению рекламной службы на предприятии – Методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Реклама»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

« Маркетинг и рыночная аналитика »
наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от « ____ » _____ 20__ г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Риск-менеджмент»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга С.А. Трониным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Риск-менеджмент»** относится к вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)». Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области менеджмента из дисциплин, ранее изученных по учебному плану.

Цель дисциплины – освоение методов систематизации и обобщения информации о рисках деятельности организации; выработка навыков использования количественных и качественных методов идентификации и анализа рисков.

Задачи дисциплины:

- обоснование природы неопределенности и риска;
- идентификация и классификация рисков;
- качественная и количественная оценка рисков;
- выбор метода управления рисками.

Дисциплина **«Риск-менеджмент»** преподается в 7 (очная форма обучения) и 8 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: УК-2.1; ОПК-3.2; ПК-7.1; ПК-7.2

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.	ОПК-3.2. Умеет формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижения

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Стратегическое и тактическое управление и планирование развития организации, ее производственной деятельности;	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании 40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере стратегического и тактического планирования и организации производства)	ПК-7. Способен реализовывать тактическое управление процессами организации производства	ПК-7.1. Знает современные методы организации производства и характеристики передовых технологий	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 609 н, Обобщенная трудовая функция: А. Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). А/02.6. Тактическое управление процессами организации производства (уровень квалификации – 6)
			ПК-7.2. Умеет оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений	

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- теоретические основы организации управления предприятием;
- методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений.

Уметь:

- оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений;
- формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижения.

Владеть:

- навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;
- современными методами организации производства и характеристики передовых технологий.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,1	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,1	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,44	16	12
Лекции	0,22	8	6,
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,56	92	69
Контактная самостоятельная работа	2,56	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		91,8	68,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Теоретические основы риск-менеджмента	26	4	4	-	18
1.1	Риск как экономическая категория.	8	1	1	-	6
1.2	Эволюция представлений о риске.	9	2	1	-	6
1.3	Характеристика сторон риска.	9	1	2	-	6
2.	Раздел 2. Модели и методы решения по управлению риском	28	4	4	-	20
2.1	Процесс управления риском	8	1	1	-	6
2.2	Задачи и функции риск-менеджмента	8	1	1	-	6
2.3	Алгоритм управления риском	12	2	2	-	8
3.	Раздел 3. Классификация рисков	26	4	4	-	18
3.1	Общие принципы классификации.	8	1	1	-	6
3.2	Основные виды рисков.	8	1	1	-	6
3.3	Особенности основных видов риска.	10	2	2	-	6
4.	Раздел 4. Управление рисками	28	4	4	-	20
4.1	Методы выявления и оценки риска	8	1	1	-	6
4.2	Страхование при управлении рисками	11	2	1	-	8
4.3	Финансирование риска	9	1	2	-	6
	ИТОГО	108	16	16		76

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Теоретические основы риск-менеджмента	27	2	2	-	22
1.1	Риск как экономическая категория.	9	0,5	0,5	-	6
1.2	Эволюция представлений о риске.	9	1	0,5	-	8
1.3	Характеристика сторон риска.	9	0,5	1	-	8
2.	Раздел 2. Модели и методы решения по управлению риском	27	2	2	-	24
2.1	Процесс управления риском	9	0,5	0,5	-	8
2.2	Задачи и функции риск-менеджмента	9	0,5	0,5	-	8
2.3	Алгоритм управления риском	9	1	1	-	8
3.	Раздел 3. Классификация рисков	27	2	2	-	22
3.1	Общие принципы классификации.	9	0,5	0,5	-	8
3.2	Основные виды рисков.	9	0,5	0,5	-	6
3.3	Особенности основных видов риска.	9	1	1	-	8
4.	Раздел 4. Управление рисками	27	2	2	-	24
4.1	Методы выявления и оценки риска	9	0,5	0,5	-	8
4.2	Страхование при управлении рисками	9	1	0,5	-	8
4.3	Финансирование риска	9	0,5	1	-	8
	ИТОГО	108	8	8	-	92

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы риск-менеджмента.

- 1.1. Риск как экономическая категория.
- 1.2. Эволюция представлений о риске.
- 1.3. Характеристика сторон риска.

Раздел 2. Модели и методы решения по управлению риском.

- 2.1. Процесс управления риском.
- 2.2. Задачи и функции риск-менеджмента.
- 2.3. Алгоритм управления риском.

Раздел 3. Классификация рисков.

- 3.1. Общие принципы классификации.
- 3.2. Основные виды рисков.
- 3.3. Особенности основных видов риска.

Раздел 4. Управление рисками.

- 4.1. Методы выявления и оценки риска.
- 4.2. Страхование при управлении рисками.
- 4.3. Финансирование риска.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:					
1	–	теоретические основы организации управления предприятием,	+	+	+	+
2	–	методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений.		+	+	+
	Уметь:					
3	–	оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений,	+	+	+	+
4	–	формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижений.		+	+	+
	Владеть:					
5	–	навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;	+		+	+
6	–	современными методами организации производства и характеристики передовых технологий.		+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>						
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК				
7	– УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	– УК-2.1. Знает методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>						
	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК				

8	– ОПК-3. Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия.	– ОПК-3.2. Умеет формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижения		+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>						
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК				
9	– ПК-7. Способен реализовывать тактическое управление процессами организации производства	– ПК-7.1. Знает современные методы организации производства и характеристики передовых технологий.			+	+
		– ПК--7.2. Умеет оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений.				+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Практическое занятие 1. Особенности выбора стратегии и методы решения управленческих задач.	2
2	1	Практическое занятие 2. Многовариантность риск-менеджмента, эвристические правила риск-менеджмента.	2
3	2	Практическое занятие 3. Методы математического прогнозирования и оценки рисков.	2
4	2	Практическое занятие 4. Вероятностные модели оценки риска на примере организации лотереи.	2
5	3	Практическое занятие 5. Расчет показателей риска банкротства.	2
6	3	Практическое занятие 6. Управление рисками на фондовом рынке.	2
7	4	Практическое занятие 7. Оценка риска при проведении сделок с заемными средствами.	2
8	4	Практическое занятие 8. Риски и страхование бизнеса. Особые условия договора.	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Практическое занятие 1. Особенности выбора стратегии и методы решения управленческих задач.	1
2	1	Практическое занятие 2. Многовариантность риск-менеджмента, эвристические правила риск-менеджмента.	1
3	2	Практическое занятие 3. Методы математического прогнозирования и оценки рисков.	1
4	2	Практическое занятие 4. Вероятностные модели оценки риска на примере организации лотереи.	1
5	3	Практическое занятие 5. Расчет показателей риска банкротства.	1
6	3	Практическое занятие 6. Управление рисками на фондовом рынке.	1
7	4	Практическое занятие 7. Оценка риска при проведении сделок с заемными средствами.	1
8	4	Практическое занятие 8. Риски и страхование бизнеса. Особые условия договора.	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку к сдаче *зачета* по дисциплине.

Рекомендуется следующие виды самостоятельной работы:

- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- задания для самостоятельной работы;
- написание рефератов;
- заучивание терминологии;
- решение кейс-заданий;
- работа над тестами.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 20 баллов), подготовки рефератов (докладов) (максимальная оценка 10 баллов), решения кейс-заданий (максимальная оценка 15 баллов), прохождения тестов (максимальная оценка 15 баллов). Контроль освоения дисциплины – зачет – 40 баллов.

8.1. Примерная тематика докладов (реферативно-аналитической) работы.

1. Понятие рискованных и безрисковых ситуаций.
2. Понятие «риск-менеджмент».
3. Классификация и виды рисков.
4. Классификация финансовых рисков.
5. Особенности работы риск-менеджера.
6. Основные приемы снижения степени риска.
7. Управление финансовыми рисками.
8. Функции риск-менеджмента.
9. Этапы организации риск-менеджмента.

10. Функции отдела рискованных вложений капитала.
11. Особенности выбора стратегии и методов решения управленческих задач.
12. Эвристические правила риск-менеджмента.
13. Понятие «функции полезности»
14. Методы математического прогнозирования и оценки рисков на основе принципа «опоры на собственные силы».
15. Применение вероятностных моделей оценки риска на примере организации лотереи.
16. Оценка вероятности банкротства (Z-модель).
17. Анализ природного риска. Критерий Вальда.
18. Особенности организации фондового рынка в РФ.
19. Методы управления рисками на фондовом рынке.
20. Оценка риска при проведении сделок с заемными средствами.
21. Роль технического анализа при совершении сделок на фондовом рынке.
22. Направления автоматизации риск-менеджмента.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 4 контрольных работ (по одной контрольной работе по каждому разделу). Максимальная оценка за контрольные работы 5 баллов за каждую, 20 баллов за семестр.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1.

Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 2,5 балла за вопрос.

Вопрос 1.1.

1. Понятие рискованных и безрискованных ситуаций.
2. Какова ключевая особенность современного подхода к управлению рисками?
1. Наличие наработок, позволяющих определить возможные риски для каждой из отраслей
2. Использование самых современных и точных математических методов
3. Рассмотрение как позитивных, так и негативных рисков
4. Все ответы верны

Вопрос 1.2.

1. Понятие «риск-менеджмент»
2. Что такое оценка рисков?
1. Определение приемлемости риска для организации
2. Процесс сравнения рассчитанного риска с представленными критериями риска для определения его существенности
3. Качественная оценка вероятности его наступления и возможного ущерба
4. Процесс присвоения значений вероятности и ущерба (перечень вопросов)

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2.

Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 2,5 балла за вопрос.

Вопрос 2.1.

1. Классификация и виды рисков.
2. Какой из методов анализа целесообразно применить для выявления стратегических рисков?
1. HAZOP
2. FTA
3. PESTLE
4. FMEA

Вопрос 2.2.

1. Классификация финансовых рисков.
2. Какой тип рисков невозможно рассчитать статистическими методами?

1. Стратегический
2. Операционный
3. Риск прочих опасностей
4. Финансовый

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3.

Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 2,5 балла за вопрос.

Вопрос 3.1.

1. Основные параметры диагностирования кризисных состояний
2. Что является преимуществом экспертных методов расчета рисков по сравнению со статистическими?

1. *Возможность расчета финансовых рисков*
2. *Привлечение квалифицированных экспертов*
3. *Возможность расчета рисков опасностей*
4. *Возможность оценки любого риска*

Вопрос 3.2.

1. Цели и задачи системы управления риском.
2. Какой из методов анализа целесообразно применить для выявления рисков, связанных с недостатками договорной работы?

1. *Анализ сценариев*
2. *PESTLE-анализ*
3. *Рассмотрение бизнес-процессов*
4. *Планирование непрерывности бизнеса*

Раздел 4. Примеры вопросов к контрольной работе № 4.

Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 2,5 балла за вопрос.

Вопрос 4.1.

1. Сущность экспертных процедур измерения риска.
2. Какой в соответствии со стандартом FERMA является вероятность позитивного риска в 50%?

1. *Высокой*
2. *Может быть любой в зависимости от выбранной шкалы*
3. *Низкой*
4. *Средней*

Вопрос 4.2.

1. Модели комплексной оценки и прогнозирования риска финансовой несостоятельности предприятия.
2. Что является преимуществом экспертных методов расчета рисков по сравнению со статистическими?

1. *Возможность расчета финансовых рисков*
2. *Привлечение квалифицированных экспертов*
3. *Возможность расчета рисков опасностей*
4. *Возможность оценки любого риска*

Примерный перечень тем для самостоятельной работы

1. Риск в экономической и предпринимательской деятельности.
2. Анализ рисков организации. Источники информации о рисках.
3. Методы идентификации рисков. Картографирование рисков организации.
4. Методы оценки рисков. Статистические методы оценки рисков: сравнительный анализ и условия применения.
5. Методы оценки рисков. Аналитические методы оценки рисков. Развитие аналитических методов оценки рисков в практике риск-менеджмента.

6. Экспертные методы оценки рисков. Получение индивидуальных и коллективных экспертных оценок: достоинства и недостатки применяемых методов.
7. Предпринимательские риски: сущность, понятие, методы оценки и управления.
8. Методы управления финансовыми рисками. Исследование факторов, влияющих на уровень финансовых рисков организации. Выбор механизмов нейтрализации финансовых рисков.
9. Кредитные риски. Роль доллара в современных международных валютных и кредитных отношениях.
10. Валютные риски. Мировой валютный рынок: современное состояние и перспективы развития. Мировая долларизация и ее место в глобализации.
11. Процентные риски. Влияние учетной ставки процента на экономическую активность. Процентные риски в системе банковских рисков.
12. Операционные риски: идентификация и оценка. Выбор критерия управления операционными рисками.
13. Рыночные риски. Методы оценки и инструменты регулирования.
14. Риски ликвидности. Анализ денежных потоков организации как метод управления рисками ликвидности. Пути повышения ликвидности и платежеспособности организации.
15. Риски развития. Лидерство в снижении издержек и дифференциация. Поиск наиболее эффективного пути развития.
16. Инвестиционные риски. Оценка и управление рисками инвестиционного проекта.
17. Инвестиционные риски. Формирование инвестиционного портфеля с учетом риска.
18. Стратегические риски. Стратегическая безопасность. Проблемы и перспективы глобализации.
19. Страновые риски. Мировой экономический кризис и тенденции развития российской экономики.
20. Политические риски.
21. Техногенные риски.
22. Принятие решений в условиях неопределенности и риска.
23. Организация системы риск-менеджмента на предприятии.
24. Основы банковского риск-менеджмента.
25. Риск-менеджмент в страховом деле.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (7 семестр – зачет (очная форма), 8 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. №51-ФЗ.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 г. №14-ФЗ.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 г. №146-ФЗ.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 г. №230-ФЗ.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 г. №146-ФЗ.
7. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 г. №117-ФЗ.
8. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 г. №197-ФЗ. 9. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 г. №63-ФЗ.

А. Основная литература

1. *Воронцовский, А. В.* Управление рисками : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 485 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12206-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489580>
2. *Воронцовский, А. В.* Управление рисками : учебник и практикум для вузов / А. В. Воронцовский. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 485 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12206-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489580>

Б. Дополнительная литература

1. Страхование и управление рисками : учебник для бакалавров / Г. В. Чернова [и др.] ; под редакцией Г. В. Черновой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 767 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3042-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508749>
2. *Вяткин, В. Н.* Риск-менеджмент : учебник / В. Н. Вяткин, В. А. Гамза, Ф. В. Маевский. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 365 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-3502-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489098>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- Журнал «Менеджмент сегодня» ISSN 2304-6473;
- Журнал «MANAGEMENT» ISSN 1526-5501.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система «IPRbooks».
- <http://www.elibrary.ru> – Научная электронная библиотека.
- <http://91.223.90.19:8001/auth/default.asp> - СДО Прометей 5.0.
- <http://www.management-rus.ru> – Библиотека менеджмента.
- <http://www.cfin.ru> – Корпоративный менеджмент. Новости, публикации.

Библиотека управления.

- <http://www.marketing.spb.ru> – Энциклопедия маркетинга. Библиотека маркетолога.

- <http://www.hrm.ru> – Электронная библиотека HR-специалистов Книги по управлению персоналом: статьи по обучению, управлению персоналом, аттестацию и др.
- <http://www.ecsocman.hse.ru> – Федеральный образовательный портал «Экономика, Социология, Менеджмент».
- <http://www.aup.ru> – Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». Книги, статьи, документы по актуальным вопросам менеджмента и маркетинга и пр..
- <http://ecsocman.edu.ru> – Единое окно доступа к образовательным ресурсам по экономике, социологии, менеджменту.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 160);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 50);
- банк тестовых заданий для итогового контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 200).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Теоретические основы риск-менеджмента	<i>Знает:</i> – теоретические основы организации управления предприятием. <i>Умеет:</i> – оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений. <i>Владеет:</i> – навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности.	Оценка за контрольную работу №1 (7 семестр) Оценка за зачет (7 семестр)
Раздел 2. Модели и методы решения по управлению риском	<i>Знает:</i> – теоретические основы организации управления предприятием; – методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений. <i>Умеет:</i> – оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений; – формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижений. <i>Владеет:</i> – современными методами организации производства и характеристики передовых технологий.	Оценка за контрольную работу №1 (7 семестр) Оценка за зачет (7 семестр)
Раздел 3. Классификация рисков	<i>Знает:</i> – теоретические основы организации управления предприятием; – методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений.	Оценка за контрольную работу №1 (7 семестр) Оценка за зачет (7 семестр)

	<i>Умеет:</i> – оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений; – формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижений. <i>Владеет:</i> – навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности – современными методами организации производства и характеристики передовых технологий.	
Раздел 4. Управление рисками	<i>Знает:</i> – теоретические основы организации управления предприятием; – методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений. <i>Умеет:</i> – оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений; – формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижений. <i>Владеет:</i> – навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности; – современными методами организации производства и характеристики передовых технологий.	Оценка за контрольную работу №1 (7 семестр) Оценка за <i>зачет</i> (7 семестр)

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

–

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Риск-менеджмент»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Связи с общественностью»

Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Форма обучения очная, очно-заочная

Москва 2024

Программа составлена: доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Я.П. Молчановой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.04.02. – Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Связи с общественностью»** относится к вариативной части дисциплин по выбору учебного плана. Изучение дисциплины базируется на знании основных положений дисциплин «Введение в специальность», «Маркетинг».

Цель дисциплины – усвоение студентами теоретических знаний о системе PR и формирование умений применять конкретные PR-технологии, направленные на продвижение позитивного имиджа фирмы в соответствии со сложившейся ситуацией в бизнесе с целью повышения эффективности и результативности коммерческой деятельности.

Задачи дисциплины

- раскрыть основные понятия связей с общественностью;
- познакомить с организацией и спецификой работы PR-отдела в коммерческих и некоммерческих структурах;
- познакомить с технологией организации PR-мероприятий и подготовки материалов для различных групп общественности (партнеров, клиентов и др.) и СМИ;
- дать рекомендации по созданию имиджа и фирменного стиля компании с целью повышения эффективности и результативности коммерческой деятельности;
- сформировать практические навыки организации различных PR-мероприятий в процессе проведения деловых игр.

Дисциплина **«Связи с общественностью»** преподается в 3 семестре (очная форма обучения) и в 4 семестре (очно-заочная форма обучения). Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**:

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2 Знает основные типы социальных взаимодействий и социально-психологические критерии эффективности управления коллективом
		УК-3.5 Владеет способами мотивации членов коллектива к личностному и профессиональному развитию
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.3 Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: Организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			организации.
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический				
Владение современными инструментами комплекса маркетинга;	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции	ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного

Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	управления маркетинговой деятельностью организации.		опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- функции и сущность деятельности по связям с общественностью;
- историю возникновения и становления связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;
- основные тенденции развития мирового PR и особенности развития связей с общественностью в современной России;
- методы и модели коммуникации в PR;
- этические и правовые нормы и принципы построения и применения профессиональных стандартов;
- основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний в области устойчивого развития.

Уметь:

- использовать инструментарий PR для продвижения продукции;
- анализировать характеристики имиджа и репутации компании;
- анализировать опыт деятельности в области PR передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования.

Владеть:

- информацией об организации различных PR-мероприятий;
- навыками определения критериев, определяющих эффективность и результативность PR-кампаний.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8	44,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,44	16	12
Лекции	0,22	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,56	92	69
Контактная самостоятельная работа	2,56	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		91,8	68,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1.	64	20	10	-	34
1.1	Введение в предмет «Связи с общественностью» (public relations; PR).	8	3	1	-	4
1.2	Аудитория в PR	8	3	1	-	4
1.3	Инструментарий PR	14	4	4	-	6
1.4	Планирование и организация PR-кампании	18	6	2	-	10
1.5	Антикризисный PR	8	2	1	-	5
1.6.	PR как профессия	8	2	1	-	5
2.	Раздел 2.	44	12	6		26
2.1	Работа с имиджем в PR	10	4	2	-	4
2.2	Корпоративная социальная ответственность и открытая отчетность	12	4	2	-	6
2.3	Внутриорганизационный PR. Фирменный стиль компании	12	2	1	-	9
2.4.	Брендинг и PR	10	2	1	-	7
	ИТОГО	108	32	16	-	60

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1.	54	4	4	-	46
2.	Раздел 2.	54	4	4	-	46
	ИТОГО	108	8	8	-	92

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1.

1.1. Введение в предмет «Связи с общественностью» (public relations; PR).

Терминология и определение предмета. Роль PR в современном обществе. Основные направления деятельности в области PR. Современные тенденции PR-рынка в России. PR и смежные дисциплины: маркетинг, реклама, журналистика. Возникновение и развитие PR.

1.2. Аудитория в PR

Определение целевых групп общественности. Подходы к сегментации аудитории в PR. Общественность, общественное мнение и работа с ним.

1.3. Планирование и организация PR-кампании

Коммуникативные основы PR. Коммуникативная модель в PR. PR-кампания и ее составляющие: определение проблемы, планирование и составление программы, действия и коммуникации, оценка программы. Особенности оценки результативности и эффективности в PR. Этапы и уровни оценки PR-программ. Оценка подготовки, реализации и воздействия. Критерии оценки. Принципы успешной деятельности в PR.

1.4. Инструментарий PR

Взаимодействие со СМИ. Управление информацией и конструирование новостей. Организация и проведение коммуникативных событий. PR в сети Интернет.

1.5. Антикризисный PR

Понятие и классификация кризисов. Работа с целевыми аудиториями в условиях кризиса. Правила поведения в кризисных ситуациях. Работа со слухами.

1.6. PR как профессия

Позиция PR-подразделения в структуре организации. Выбор между штатным персоналом и услугами консультационной фирмы. Образование PR-мена. Этика в PR. Кодексы профессионального поведения в области PR. Проблема социальной ответственности.

Раздел 2.

2.1. Работа с имиджем в PR

Понятие и структура имиджа организации. Этапы формирования имиджа компании. Особенности работы с имиджем в PR.

2.2. Корпоративная социальная ответственность и открытая отчетность

Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО). Мотивы КСО. Мотивы распространения, общие принципы и стандарты открытой отчетности. Подготовка открытых отчетов, их структура. Выбор показателей результативности. Организация диалога с общественностью по экологическим вопросам. Связь восприятия экологического риска с законами социальной психологии. Работа с экологической информацией.

2.3. Внутриорганизационный PR. Фирменный стиль компании

Понятие внутриорганизационного PR, связь с корпоративной культурой, разработка фирменных стандартов.

2.4. Брендинг и PR

Основные понятия бренда и брендинга. Роль PR в создании, продвижении, управлении брендом. Примеры кампаний по ребрендингу.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	
	Знать:			
1	– функции и сущность деятельности по связям с общественностью;	+		
2	– историю возникновения и становления связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;	+		
3	– основные тенденции развития мирового PR и особенности развития связей с общественностью в современной России;	+		
4	– методы и модели коммуникации в PR;	+		
5	– этические и правовые нормы и принципы построения и применения профессиональных стандартов;	+		
6	– основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний в области устойчивого развития		+	
	Уметь:			
7	– использовать инструментарий PR для продвижения продукции;	+	+	
8	– анализировать характеристики имиджа и репутации компании;		+	
9	– анализировать опыт деятельности в области PR передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования.	+	+	
	Владеть:			
10	– информацией об организации различных PR-мероприятий;	+	+	
11	– навыками определения критериев, определяющих эффективность и результативность PR-кампаний.	+		
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>				
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК		
12	– УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	– УК-3.2 Знает основные типы социальных взаимодействий и социально-психологические критерии эффективности управления коллективом		+
		– УК-3.5 Владеет способами мотивации членов коллектива к личностному и профессиональному развитию		+
13	– УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	– УК-10.3 Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности	+	+

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :				
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК		
15	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товаров и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	– ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами	+	+
		– ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	+	+
16	– ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	– ПК-8.2 Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1.	Анализ ситуации «Особенность применения маркетинговых инструментов (рекламы и PR) “Город чистюль”»	1
2	1.2	Деловая игра «Что хотят слышать люди, окружающие компанию»	1
3	1.3	Деловая игра на постановку целей в PR. Анализ ситуации «Знак льва» на определение критериев результативности в PR. Организация PR-кампаний. Планирование. Выбор показателей результативности	4
4	1.4	Способы усиления новостей PR-составляющая на сайтах различных компаний Написание пресс-релиза на заданную тему	2
5	1.5	Анализ кризисной ситуации, разработка плана информационных действий	1
6	1.6	Деловая игра по темам: «Десять основных характеристик, присущих PR-профессионалу». «Разработка анкеты для выбора PR-агентства для консультаций». «Знакомство нового менеджера по PR с топ-менеджерами». «Анализ СМИ новым менеджером по PR»	1
7	2.1	Фирменные стили различных компаний.	2
8	2.2.	Принципы открытой отчетности. Показатели результативности.	2
9	2.3	Деловая игра на разработку фирменного стандарта из категории «Отношение с клиентом» (раздел «Разговор по телефону»)	1
10	2.4	Обсуждение примеров ребрендинга компаний	1

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.3	Организация PR-кампаний. Планирование. Выбор показателей результативности.	2
2	1.4.	Способы усиления новостей	1
3	1.4.	PR-составляющая на сайтах различных компаний.	1
4	2.1	Фирменные стили различных компаний.	2
5	2.2.	Принципы открытой отчетности. Выбор показателей результативности в открытых отчетах.	2

Практические занятия проводятся в форме работы в группах (коллективного обсуждения), анализа кейсов, деловых игр с последующей презентацией и обсуждением результатов.

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала и подготовку к семинарским занятиям по разделам дисциплины;
- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, и работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- подготовку докладов по тематике дисциплины;
- посещение выставок, семинаров, конференций различного уровня.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение домашних заданий, работу на семинарских занятиях, ответов на вопросы для текущего контроля освоения дисциплины (для очной формы обучения), написание реферата и сдачи устного зачета (для очно-заочной формы обучения).

Для студентов очной формы обучения вопросы предусмотрены для самостоятельного контроля освоений дисциплины.

Максимальная оценка за письменные домашние задания и доклады составляет 50 баллов.

Максимальная оценка за работу на занятиях, в том числе за устные ответы на вопросы в рамках текущего контроля – 30 баллов.

Максимальная оценка за реферат составляет 20 баллов.

Для студентов очно-заочно формы обучения предусмотрен зачет по дисциплине «Связи с общественностью», который включает устный ответ на контрольные вопросы по всем разделам учебной программы дисциплины.

Максимальная оценка за реферат составляет 20 баллов.

Максимальная оценка за доклады по PR-кампании и фирменному стилю составляет 20 баллов.

Максимальная оценка за домашнее задание составляет 20 баллов.

Максимальная оценка за ответы на *зачете* – 40 баллов.

8.1. Примерная тематика рефератов

1. Современные тенденции разработки и оформления корпоративных сайтов (с точки зрения PR).
2. Открытая отчетность компаний в области устойчивого развития как инструмент PR.

8.2. Примерные темы для домашних заданий

1. Инструментарий PR. Способы усиления новостей. Задание: Опишите и проанализируйте примеры из практики компаний, демонстрирующие возможности усиления новостей любыми из перечисленных ниже способов
 - привязка новости к праздничной, «круглой» дате;
 - привязка к значительному событию;
 - поиск в одном событии различных составляющих;
 - демонстрация разных взглядов, подходов к одной и той же проблеме;
 - за счет присутствия влиятельных людей;
 - сочетание с общественно значимой проблемой или превращение в общественно значимую
 - и другое.
2. Анализ корпоративного сайта выбранной компании, его достоинств и недостатков (с точки зрения PR). Разработка рекомендаций по совершенствованию сайта.
3. Достоинства и недостатки деятельности Менделеевского университета в области PR.
4. Достоинства и недостатки деятельности Экономического отделения Гуманитарного факультета РХТУ им. Д.И. Менделеева в области PR.
5. Разработка PR-кампании. Планирование и выбор показателей результативности. Примеры тем кампаний
 - Раздельный сбор отходов – дело каждого из нас!
 - Город для велосипедистов!
 - Каршеринг – наше будущее!
 - Вакцинация от гриппа. Присоединяйтесь!
 - Домашние животные должны жить дома. Нет уличным животным!
 - Оставайтесь дома!
 - Реновация как лучшее решение для развития Москвы.
 - на выбор учащихся после согласования с преподавателем
6. Анализ показателей результативности, включенных в отчет, и соблюдения принципов, предъявляемых к открытым отчетам на примере открытой отчетности в области устойчивого развития для выбранной компании.

8.3. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Раздел 1

1. Роль PR в современном мире.
2. История развития PR.
3. Основные направления деятельности в области PR.
4. Соотношение дисциплин маркетинга и PR.
5. Соотношение дисциплин PR и рекламы.
6. Соотношение дисциплин PR и журналистики.
7. Антикризисный PR. Классификации кризисов.
8. Управление в условиях кризиса. Ошибочные действия во время кризиса.
9. Примеры поведения различных организаций в условиях кризисных ситуаций. Анализ положительного и отрицательного опыта.

10. Работа со слухами как направление деятельности в области PR. Значение. Особенности.
11. Основные факторы, влияющие на приемлемость экологического риска социумом.
12. Требования к подаче информационных материалов для общественности.
13. Формирование общественного мнения. Факторы, оказывающие влияние на этот процесс. Факторы, обуславливающие индивидуальные ориентации.
14. Коммуникативная модель (механизм действия) PR.
15. Основные микро- и макробарьеры коммуникации.
16. Основные составляющие PR-кампании.
17. Организации PR-кампании: формулировка проблемы и анализ ситуации. Значение исследовательской работы на данном этапе.
18. Организации PR-кампании: планирование и составление программы.
19. Организации PR-кампании: выполнение программы, действия и коммуникации.
20. Организации PR-кампании: процесс исследования результатов, этапы и уровни оценки программы.
21. Основные типы целей в программах PR.
22. Особенности PR как профессии. Кодексы профессионального поведения.
23. Выбор между организацией собственной PR-службы или приглашением специалиста из PR-агентства.
24. Позиция отдела PR в структуре организации.
25. Плюсы и минусы создания собственного отдела PR.
26. Качественные методы исследований в PR.
27. Способы усиления новостей.
28. «Цикл жизни» события в новостной плоскости.
29. Основные виды коммуникативных событий. Особенности организации.
30. Роль пресс-конференций и брифингов в PR.
31. Роль круглых столов и конференций в PR.
32. Роль и подходы организации дней открытых дверей в PR.
33. Выставочная деятельность и связи с общественностью.
34. Основные правила написания пресс-релизов и основные ошибки при их подготовке.
35. Принципы успешной деятельности в PR.

Раздел 2.

36. Роль создания имиджа.
37. Основные составляющие имиджа организации.
38. Основные особенности работы с имиджем на этапе формирования компании с прицелом на определенный сегмент рынка.
39. Основные особенности работы с имиджем на этапе утверждения компании на захваченных позициях и ее стабильного существования
40. Основные особенности работы с имиджем на этапе инновационной деятельности компании с целью расширения рынка при стабильно прочном положении на занимаемых позициях.
41. Понятие и основные составляющие бренда.
42. Фирменные стандарты и их значение. Виды. Примеры.
43. Крупные кампании по ребрендингу. Основные выводы.
44. Понятие корпоративной социальной ответственности (КСО). Мотивы КСО.
45. Открытая отчетность в области устойчивого развития: общие принципы и мотивы распространения.
46. Международные стандарты открытой нефинансовой отчетности.

47. Подготовка открытых отчетов, их структура.
48. Выбор показателей результативности при подготовке открытых нефинансовых отчетов. Основные подходы. Примеры.
49. Внутриорганизационный PR. Фирменный стиль компании
50. Внутриорганизационный PR и его связь с корпоративной культурой.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 351 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492162>
2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489962>
3. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489018>

Б. Дополнительная литература

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для вузов / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 197 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492279>
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493292>
3. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 173 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06706-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493974>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Журналы:

- Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Реклама и связи с общественностью. URL: https://vestnik.journ.msu.ru/rubric/advertising_and_PR/
- «Маркетинг в России и за рубежом» – электронный выпуск журнала URL: www.mavriz.ru
- «Маркетолог» – электронный выпуск журнала URL: <http://www.marketolog.ru/>
- «Медиаскоп». Электронный научный журнал. URL: <http://www.mediascope.ru/taxonomy/term/12>
- «Пресс-служба». Всероссийский специализированный журнал URL: <http://press-service.ru/> и «PR-ЭКСПРЕСС» – бесплатное приложение к журналу «Пресс-

служба». Это электронная газета для специалистов по связям с общественностью.
<http://press-service.ru/pr-express/>

- «Связи с общественностью в государственных структурах» URL: <https://www.gospr.ru/chitat-zhurnal>
- «Служба PR». URL: <https://panor.ru/magazines/sluzhba-pr.html>
- Российская школа связей с общественностью – Альманах. URL: <https://apso.susu.ru/almanah>

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.createbrand.ru/> – профессиональный, новостной PR-портал; содержит статьи по рекламе, маркетингу, бизнесу, PR, брендингу, рекламному законодательству, креативу, HR-менеджменту, а также истории успеха.
- <http://www.triz-ri.ru> – открытые методики рекламы и Public Relations «Рекламное Измерение»
- <http://www.pronline.ru> – новости рынка связей с общественностью, теоретические и практические статьи, интервью с ведущими специалистами рынка, а также каталог ресурсов, посвященных PR и рекламе.
- https://www.pr-club.com/pr_lib – сайт Международного пресс-клуба, содержащий PR-библиотеку.
- <https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/pr/> – Энциклопедия маркетинга, раздел «Связи с общественностью».

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- слайды в редакторе Power Point, подготовленные для каждого лекционного занятия;
- банк вопросов для текущего контроля (общее число вопросов 50).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Связи с общественностью*» проводятся в форме лекционных и семинарских занятий, а также самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Не предусмотрены.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры, укомплектованные принтерами и программными средствами; проекторы и экраны, в том числе интерактивные; копировальные аппараты; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к лекционным разделам дисциплины.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к лекционным разделам дисциплины; кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения для использования студентами и организации образовательного процесса:

Но п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление

	бизнеса – Стандартный Russian Edition			подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1.	<i>Знает:</i> - функции и сущность деятельности по связям с общественностью; - историю возникновения и становления связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности; - основные тенденции развития мирового PR и особенности развития связей с общественностью в современной России; - методы и модели коммуникации в PR; - этические и правовые нормы и принципы построения и применения профессиональных стандартов. <i>Умеет:</i> - использовать инструментарий PR для продвижения продукции; - анализировать опыт деятельности в области PR передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования. <i>Владеет:</i> - информацией об организации различных PR-мероприятий; - навыками определения критериев, определяющих эффективность и результативность PR-кампаний.	Подготовлен, представлен и обсужден доклад Оценка презентации Работа на семинарских занятиях Оценка реферата Оценка за зачет
Раздел 2.	<i>Знает:</i> - основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний в области устойчивого развития. <i>Умеет:</i> - использовать инструментарий PR для продвижения продукции; - анализировать характеристики имиджа и репутации компании. - анализировать опыт деятельности в области PR передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования. <i>Владеет:</i> - информацией об организации различных PR-мероприятий;	Подготовлен, представлен и обсужден доклад Оценка презентации Работа на семинарских занятиях Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
к рабочей программе дисциплины «Связи с общественностью»

основной образовательной программы
38.03.02 «Менеджмент»

профиль **«Маркетинг и рыночная аналитика»**

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Современные инструменты маркетинга»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.Э. Бойко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Современные инструменты маркетинга»** относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики предприятия и маркетинга.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся комплекса знаний о существующих современных инструментах маркетинга. Данный курс должен сформировать у студентов навыки проведения исследований для принятия маркетинговых решений на предприятии: например, решений по сегментированию рынка, позиционированию и продвижению товара, ценовой политике и других.

Задачи дисциплины:

- приобретение навыков использования инструментария маркетинга при планировании, организации службы информационного обеспечения и принятии управленческих решений;
- управление маркетинговой деятельностью организации на основе маркетинговой информации, информационного обеспечения;
- формирование необходимых компетенций в сфере владения методами анализа рынка.

Дисциплина **«Современные инструменты маркетинга»** преподается в 4 (очная форма обучения) и 6 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: ПК-1.1; ПК-1.3; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-6.3

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации	ПК-1.1. Знает методологию проведения оценочных исследований	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или
			ПК-1.3. Владеет навыками использования современных инструментов проведения оценочных исследований	
	Консалтинговые агентства	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	
			ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.	
	Линейные процессы управления в организации		ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.	
	Бизнес-процессы управления в организации			
	08 Финансы и экономика (в			

исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы)	сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	результаты и использовать их для продвижения бренда		административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- современные инструменты маркетинга,
- методологию проведения маркетинговых исследований
- принципы обработки и анализа маркетинговой информации.

Уметь:

- применять теоретические знания на практике,
- обоснованно выбирать методы сбора данных
- проектировать формы для сбора данных,
- использовать методы анализа данных.

Владеть:

- навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных
- методами сбора анализа и интерпретации маркетинговой информации.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,67	96	72
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,33	120	90
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Разделы дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Цифровые инструменты маркетинга	36	8	2	-	26
2.	Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	34	8	4	-	22
3.	Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.	42	8	6	-	28
4.	Раздел 4. Методы анализа данных маркетинговых исследований.	32	8	4	-	20
	ИТОГО	144	32	16	-	96
	Экзамен	36				
	ИТОГО	180				

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Разделы дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Цифровые инструменты маркетинга	32	4	1	-	27
2.	Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	34	4	2	-	28
3.	Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.	42	4	3	-	35
4.	Раздел 4. Методы анализа данных маркетинговых исследований.	36	4	2	-	30
	ИТОГО	144	16	8	-	120
	Экзамен	36				
	ИТОГО	180				

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Цифровые инструменты маркетинга

Роль маркетинга в стратегии развития компании. Основные понятия и принципы цифрового маркетинга. Каналы и инструменты цифрового маркетинга. Методика оценки эффективности сайта. Эффективность digital-маркетинга на виртуальных рынках (обзор существующих подходов и методик). Методика оценки эффективности работы в социальных медиа. Принципы работы веб-аналитики. Интернет-маркетинг и торговые площадки Интернета на B2B-рынке.

Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.

Источники вторичной информации в сети интернет. Интернет как инструмент исследований. Виды маркетинговой информации и задачи, решаемые с помощью маркетинговых исследований. Возможности использования вторичной информации для решения маркетинговых задач. Требования к исследованиям. Количественные исследования. Качественные исследования в интернет. Проблематика, инструментарий. Теория и практика изучения аудитории интернета. Развитие Интернета в России: основные показатели и методики исследования. Аудитория Интернет в России: количество, качество, динамика роста и прогнозы.

Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.

Информационное обеспечение маркетинга. Проектирование и проведение маркетинговых исследований. Измерение потребительского поведения и принципы разработки инструментария маркетинговых исследований. Проблемы измерения, возникающие в маркетинговых исследованиях. Понятие уровня измерения и шкалирования. Классификация шкал. Вопрос как инструмент получения эмпирических данных. Критерии оценки вопроса. Требования к формулировке вопроса. Виды вопросов. Общий вид и структура анкеты. Порядок вопросов в анкете. Построение блоков вопросов. Специфические способы графического оформления и макетирования анкеты. Пакеты прикладных программ анализа данных маркетинговых исследований. Контроль сбора данных. Оценка качества полученной в ходе исследования информации.

Раздел 4. Методы анализа данных маркетинговых исследований.

Трансформация результатов исследований в решения. Первичная обработка полученных данных. Типологизация данных качественных исследований. Принципы анализа данных. Понятие связей. Подходы к выявлению закономерностей. Возможности установления причинных зависимостей в маркетинговых исследованиях. Общий обзор методов многомерного анализа данных и популярности их применения.

Принятие решений в сфере маркетинга. Требования к составлению отчета. Структура отчета. Способы представления данных. Разные форматы отчетов и основные принципы подачи информации. Особенности выводов и практических рекомендаций в отчете. Использование результатов маркетинговых исследований. Рекомендации и решения.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:				
1	современные инструменты маркетинга;	+		+	
2	методологию проведения маркетинговых исследований;			+	+
3	принципы обработки и анализа маркетинговой информации.		+	+	
	Уметь:				
4	применять теоретические знания на практике;		+	+	+
5	обоснованно выбирать методы сбора данных;		+		
6	проектировать формы для сбора данных;	+		+	
7	использовать методы анализа данных.	+		+	+
	Владеть:				
8	навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных;		+		+
9	методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации.	+		+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
10	ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации	ПК-1.1. Знает методологию проведения оценочных исследований	+	+	
		ПК-1.3. Владеет навыками использования современных инструментов проведения оценочных исследований		+	+
11	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований		+	+
		ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.	+		+
		ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.		+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Цифровые инструменты маркетинга	Инструменты маркетингового анализа и возможности их применения	2
2	Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	Выборка и подходы к ее конструированию. Изучение аудитории интернета.	2
3	Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	Возможности карьеры в маркетинге. Этика проведения маркетинговых исследований.	2
4	Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.	Качественные методы в маркетинговых исследованиях. Количественные методы в маркетинговых исследованиях.	3
5	Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.	Виды информации, используемой в маркетинговых исследованиях.	3
6	Раздел 4. Методы анализа данных маркетинговых исследований.	Организация сбора информации. Общие принципы проведения исследований поведения потребителей.	2
7	Раздел 4. Методы анализа данных маркетинговых исследований.	Построение модели изучаемого явления. Определение требований к эмпирическим данным.	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Цифровые инструменты маркетинга	Инструменты маркетингового анализа и возможности их применения	1
2	Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	Выборка и подходы к ее конструированию. Изучение аудитории интернета.	1
3	Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	Возможности карьеры в маркетинге. Этика проведения маркетинговых исследований.	1
4	Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.	Качественные методы в маркетинговых исследованиях. Количественные методы в маркетинговых исследованиях.	1,5
5	Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.	Виды информации, используемой в маркетинговых исследованиях.	1,5
6	Раздел 4. Методы анализа	Организация сбора информации.	1

	данных маркетинговых исследований.	Общие принципы проведения исследований поведения потребителей.	
7	Раздел 4. Методы анализа данных маркетинговых исследований.	Построение модели изучаемого явления. Определение требований к эмпирическим данным.	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Для текущего контроля предусмотрена 1 практическая работа и 1 курсовая работа. Максимальная оценка за практическую работу - 20 баллов. Максимальная оценка за курсовую работу оценивается в 40 баллов, экзамен – 40 баллов.

8.1. Примерная тематика курсовых работ.

В рамках освоения дисциплины *«Современные инструменты маркетинга»* предусмотрено выполнение курсовой работы по следующим темам:

1. Маркетинговое исследование рынка онлайн-образования (в разных источниках можно искать в контексте термина «EdTech» - Educational technology, дословно, образовательные технологии);
2. Маркетинговое исследование рынка промышленной робототехники;
3. Маркетинговое исследование рынка промышленных IoT-решений (IIoT, Industrial Internet of Things Промышленный/Индустриальный Интернет Вещей);
4. Маркетинговое исследование рынка бытовых IoT-приборов;
5. Маркетинговое исследование рынка автомобилей с гибридным двигателем (в т.ч. электромобили);
6. Маркетинговое исследование рынка бытовой химии;
7. Маркетинговые исследования рынка азотных минеральных удобрений;
8. Маркетинговые исследования рынка калийных минеральных удобрений;

9. Маркетинговые исследования рынка фосфорных и комплексных минеральных удобрений;
10. Маркетинговые исследования рынка синтетического каучука и шин;
11. средств и парфюмерных товаров;
12. Маркетинговые исследования на рынке автопокрышек среди ведущих брендов;
13. Анализ рынка технологий и оборудования лесохимического производства;
14. Маркетинговые исследования рынка биологически активных добавок растительного происхождения;
15. Маркетинговые исследования рынка биологически активных добавок животного происхождения.

Максимальная оценка за курсовую работу – 40 баллов.

8.2. Примеры вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Раздел 1

Вопросы и задания для подготовки к практическим занятиям

1. Цели, задачи и современные направления развития интернет-маркетинга.
2. Место и роль мероприятий интернет-маркетинга в продвижении российских и иностранных компаний.
3. Способы и формы осуществления торговой деятельности в Интернете.
4. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.
5. Ценовые стратегии интернет-маркетинга.
6. продукции в Интернете.
7. Виды и структура веб-сайтов.
8. Организация интернет-маркетинга
9. Веб-аналитика как инструмент повышения эффективности интернет-маркетинга. Поисковый маркетинг SEM для привлечения целевых посетителей.
10. Роль социальных сетей как современного инструмента коммуникации с целевыми аудиториями.

Раздел 2

Вопросы и задания для подготовки к практическим занятиям

1. Назначение online исследований
2. История возникновения online исследований: от e-mail опросов к online панелям
3. Специфика коммуникации между исследователем, заказчиком и участником online исследований
4. Количественные и качественные исследования в сети Интернет
5. Преимущества и недостатки online исследований
6. Исследования с использованием смешанных методов сбора данных
7. Переходные методики: Phone-to-Web, CAWI с уличным или предварительным рекрутингом, online CATI, мобильные и WAP-опросы
8. Тенденции развития социологических методов в Интернете.
9. Какие достоинства и дополнительные возможности предоставляют интернет-исследования, в чем состоят основные недостатки и ограничения применения исследований в Интернете, каковы особенности интернет-опросов?
10. Организация маркетинговых исследований в интернете.
11. Какие возможности предоставляют исследователям онлайн фокус-группы, в каких видах и областях можно реализовывать онлайн фокус-группы?
12. Каковы преимущества и недостатки онлайн flash-опросов?
13. использования исследований интернет-этнографии?
14. Каковы основные источники информации для интернет-исследований?

15. Какие существуют подходы и методы сбора информации в мобильных исследованиях, каковы их главные условия?

Раздел 3

Вопросы и задания для подготовки к практическим занятиям

1. Информационное обеспечение маркетинговых исследований.
2. Источники информации о рынке.
3. Типы маркетинговой информации.
4. Система маркетинговой информации.
5. Статистические и экономико–математические методы анализа.
6. Понятие о прогнозировании рынка. Методы прогнозирования рынка.
7. Основные методы прогнозирования. Оценка и анализ факторов, формирующих спрос и предложение, и учет степени их влияния в прогнозировании.
8. Маркетинговые исследования товара.
9. Маркетинговые исследования цен и ценовой политики организации.
10. Исследования товародвижения.
11. Исследования продвижения товара на рынке.
12. Подготовка дизайна маркетингового исследования.
13. Основные методы сбора информации о рынке.
14. Репрезентативность выборки.
15. Виды и методы исследования, анализа и прогнозирования, использование которых необходимо для организации продаж и оптимизации работы с организациями–поставщиками.

Раздел 4.

Вопросы и задания для подготовки к практическим занятиям

1. Трансформация результатов исследований в решения
2. Первичная обработка полученных данных
3. Типологизация данных качественных исследований
4. Подходы к выявлению закономерностей
5. Возможности установления причинных зависимостей в маркетинговых исследованиях
6. Общий обзор методов многомерного анализа данных и популярности их применения
7. Структура отчета
8. Способы представления данных
9. Разные форматы отчетов и основные принципы подачи информации
10. Особенности выводов и практических рекомендаций в отчете
11. Использование результатов маркетинговых исследований
12. Статистические и экономико–математические методы анализа.
13. Классификация методов анализа. Характеристика и особенности статистических методов анализа.

В течение семестра выполняется 2 практических задания и одна курсовая работа.

Примерная тематика практических заданий:

Практическое задание №1. Максимальная оценка 10 баллов.

Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO) и продвижение сайта в поисковых системах – один из основных инструментов Интернет-маркетинга. Чем ближе сайт находится в топе поисковой выдачи, тем больше целевой аудитории и потенциальных клиентов. Выберите 7-10 поисковых запросов из семантического ядра, и проверьте, на каких местах в основных поисковых системах находится сайт исследуемой компании. Для

этого вы можете использовать как поисковики, так и специализированные сервисы. После заполнения таблицы сделайте вывод о том, по каким поисковым запросам требуется дополнительное продвижение.

№	Поисковой запрос	Номер позиции в поисковых системах		
		Яндекс	Mail	Google
...				
N				

Основываясь на результатах, полученных в предыдущем задании, определите сайты ближайших конкурентов исследуемой компании. Для этого в таблице по выбранному перечню поисковых запросов и соответствующим им местам, занимаемым сайтом в поисковиках, определите сайты- конкуренты, находящиеся на предыдущей и последующей позициях. Из полученного списка выберите 3 наиболее часто встречающиеся компании.

Выявление сайтов предприятий конкурентов в Интернете

№	Поисковой запрос	Поисковая система	Занимаемая позиция	ИС предприятия-конкурента	
				Предыдущая позиция	Последующая позиция
1					
2					
..					
N					

Практическое задание №2. Максимальная оценка 10 баллов.

Разработка анкеты.

Обучающиеся регистрируются на <https://www.survio.com/ru/>

Изучают руководство «Типы вопросов» («звездная шкала», «разделение баллов», «семантический дифференциал», «вопрос на упорядочение», «текстовый ответ» и др.) <https://www.survio.com/ru/podderzhka/f43000209724>

Изучают руководство «Настройки опроса»: базовые настройки опроса и безопасность опроса <https://www.survio.com/ru/podderzhka/f43000401779>

Создают анкету (можно воспользоваться существующим шаблоном, предоставляемым платформой, при этом необходимо радикально изменить формулировки вопросов, их содержание, последовательность, оформление и т.п.).

Структура анкеты – до 17 вопросов с учетом фильтрующих вопросов и «паспортички»:

- 3-4 вопроса фильтрующих,
- 3-4 вопроса в паспортичке,
- 10 основных вопросов.

В анкете должна присутствовать информация, направленная на формирование доверия к опросу.

В анкете должны присутствовать следующие типы вопросов:

- открытые и закрытые;
- прямые и косвенные;
- основные, фильтрующие, зондирующие, детекторные (контрольные).

В учебных целях, по возможности, использовать как можно больше видов закрытых вопросов: альтернативный, многовариантный, вопрос со шкалой Лайкерта, с семантическим дифференциалом, шкалой важности, оценочной шкалой, шкалой заинтересованности.

Особое внимание необходимо обратить на раздаточный материал «Вопросы анкеты закрытого типа и нюансы создания анкеты», с целью недопущения ошибок в формулировках.

По завершении создания анкеты необходимо ее распространить в социальных сетях (не менее 30 человек).

Результатом работы является рабочая ссылка на анкету и выгруженная присланный отчет (аналитическая записка) с сайта с комментариями студента по каждому вопросу.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (4 семестр – экзамен (очная форма), 6 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по четырем разделам рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины **«Современные инструменты маркетинга»:**

1. Сущность, цели, задачи и функции маркетинговых исследований.
2. Основные направления маркетинговых исследований: исследование рынка, исследование сбыта, исследование потребительских свойств товара, исследование рекламы, экономический анализ, мотивационный анализ.
3. Основные способы реализации маркетинговых исследований, их преимущества и недостатки.
4. Характеристика основных этапов планирования и проведения маркетингового исследования.
5. Классификация маркетинговых исследований, их краткая характеристика.
6. Первичные и вторичные источники маркетинговой информации, их достоинства и недостатки.
7. Понятие маркетинговой информационной системы (МИС). Характеристика основных подсистем в структуре МИС предприятия. Роль CRM-систем в МИС.
8. Внешняя среда как объект маркетинговых исследований. Виды маркетинговых сред.
9. PEST, STEP и PESTLE – анализ как основные инструменты изучения макросреды маркетинга.
10. Пятифакторная модель конкуренции М. Портера как инструмент анализа конкурентного окружения.
11. Бенчмаркинг как метод исследования конкурентной среды.
12. Формирование ассортиментной матрицы и ценовой мониторинг конкурентов.
13. Основные блоки информации, собираемые о конкурентах в рамках маркетингового исследования; группы показателей для осуществления сравнительного анализа конкурентов. Группы источников вторичной информации о конкурентах.
14. Характеристика основных способов расчета ёмкости рынка. Реальная и потенциальная ёмкость рынка, рыночный потенциал.
15. Методика проведения, преимущества и недостатки и основные случаи применения hall и home-тестов.

16. Преимущества и недостатки интернет-опроса. Функциональные возможности и особенности современных платформ для анкетирования Survio, Survey Monkey, Google Forms, и др.

17. Эффективность и целесообразность применения CATI - Computer Assisted Telephone Interview для телефонных опросов.

18. Эксперимент как средство сбора данных для маркетингового исследования, примеры экспериментов.

19. Панельные исследования. Типы исследовательских панелей.

20. Релевантность маркетинговой информации. Характеристики релевантной

21. Сравнительные (шкалы парного сравнения, ранжированно-упорядоченные шкалы, шкалы с постоянной суммой) и несравнительные шкалы (шкала Лайкерта, семантическая дифференциальная шкала, шкала Степела). Примеры их реализации.

22. Базовый анализ данных. Общий вид данных при их выгрузке с онлайн-платформ для интернет-анкетирования. Сортировка и фильтр в MS Excel для реализации одномерного и комбинированного распределения при описании данных.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Экзамен по дисциплине «*Современные инструменты маркетинга*» проводится в 4 семестре (очная форма обучения), 6 семестре (очно-заочная форма обучения) и включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 теоретических вопросов, относящихся к указанным темам.

Пример билета для **экзамена**:

«Утверждаю» зав. каф. МиМ (Должность, наименование кафедры) Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2023 г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации»
Современные инструменты маркетинга	
Билет № _	
1. Характеристика основных способов расчета ёмкости рынка. Реальная и потенциальная ёмкость рынка, рыночный потенциал. 2. Методика проведения, преимущества и недостатки и основные случаи применения hall и home-тестов.	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. *Тюрин, Д. В.* Маркетинговые исследования : учебник для вузов / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15611-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509197>

2. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 314 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978–5–9916–3285–0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

3. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468966> (дата обращения: 20.09.2021).

Б. Дополнительная литература

1. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 570 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978–5–9916–3225–6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 595 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978–5–9916–2878–5. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. 6. Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 244 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–9916–8566–5. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 315 с. – (Высшее образование). – ISBN 978–5–534–05189–6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт].

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095.
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849.
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.
- Вестник McKinsey – Россия;
- Маркетинг в России и за рубежом;
- Эксперт;
- Секрет фирмы;
- Forbes.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

1. <http://www.fom.ru/>
2. <http://www.gks.ru> – Федеральная служба государственной статистики;
3. www.marketing.ru – сайт содержит различные аспекты маркетинговой деятельности в России и за рубежом;
4. www.rectech.ru – сайт включает информацию о рыночной сфере и проведении маркетинговых исследований;
5. www.sostav.ru – сайт содержит информацию о предпочтениях покупателей, проведенных маркетинговых исследованиях и конъюнктуре рынка;
6. www.marketingandresearch.ru – сайт посвящен маркетинговым исследованиям;

7. www.marketing.spb.ru – сайты по практической деятельности в сфере маркетингу;
8. <http://www.marketingpower.com> – Американская ассоциация маркетинга;
9. <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту;
10. <https://www.biblio-online.ru> – электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»;
11. <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека eLibrary.ru

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;
- раздаточные материалы (предоставляется доступ к облачному хранилищу).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами

демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.VY3	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Цифровые инструменты маркетинга	<i>Знать:</i> современные инструменты маркетинга. <i>Уметь:</i> проектировать формы для сбора данных; использовать методы анализа данных. <i>Владеть:</i> методами сбора анализа и интерпретации маркетинговой информации.	Контрольные вопросы по разделу 1
Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	<i>Знать:</i> принципы обработки и анализа маркетинговой информации. <i>Уметь:</i> применять теоретические знания на практике; обоснованно выбирать методы сбора данных. <i>Владеть:</i> навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных.	Контрольные вопросы по разделу 2 Практическое задание №1 Курсовая работа
Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.	<i>Знать:</i> современные инструменты маркетинга; методологию проведения маркетинговых исследований; принципы обработки и анализа маркетинговой информации. <i>Уметь:</i> применять теоретические знания на практике; проектировать формы для сбора данных; использовать методы анализа данных. <i>Владеть:</i> методами сбора анализа и интерпретации маркетинговой информации.	Контрольные вопросы по разделу 3 Практическое задание №2 Курсовая работа
Раздел 4. Методы анализа данных маркетинговых исследований.	<i>Знать:</i> методологию проведения маркетинговых исследований; <i>Уметь:</i> применять теоретические знания на практике; использовать методы анализа данных. <i>Владеть:</i> навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений,	Контрольные вопросы по разделу 4 Практическое задание №1 Курсовая работа

	полученных в результате анализа маркетинговых данных.	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Современные инструменты маркетинга»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Социальный маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Социальный маркетинг»** относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и маркетинга.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся системы глубоких знаний, аналитических и практических навыков по разработке концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в некоммерческой сфере.

Задачи дисциплины:

- изучить современные маркетинговые концепции и технологии;
- раскрыть содержание социального маркетинга в коммерческой и некоммерческой сферах;
- изучить особенности отдельных элементов комплекс социального маркетинга;
- освоить инновационные маркетинговые технологии в социальной сфере;
- сформировать практические навыки разработки социальных проектов и навыки социальной компетентности в принятии управленческих решений.

Дисциплина **«Социальный маркетинг»** преподается в 7 (очная форма обучения) и 8 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
Владение современными инструментами комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные понятия социального маркетинга;
- принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере;
- состав и содержание комплекса социального маркетинга.

Уметь:

- применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов;
- анализировать субъектов социального обмена, внутреннюю и внешнюю среду организаций;
- использовать полученные знания в управлении социальным маркетингом.

Владеть:

- навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач;
- методикой проведения маркетингового исследования в социальной сфере;
- приемами разработки социального проекта и его воплощения в практике.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,1	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,1	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Сущность и содержание социального маркетинга	16	2	2	-	12
2.	Тема 2. Организация маркетингового управления социальной сферой	18	4	2	-	12
3.	Тема 3. Маркетинговые исследования в социальной сфере	18	2	4	-	12
4.	Тема 4. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	18	4	2	-	12
5.	Тема 5. Разработка комплекса социального маркетинга	20	2	4	-	14
6	Тема 6. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге	18	2	2	-	14
	ИТОГО	108	16	16	-	76

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Сущность и содержание социального маркетинга	16	2	-	-	14
2.	Тема 2. Организация маркетингового управления социальной сферой	18	4	2	-	12
3.	Тема 3. Маркетинговые исследования в социальной сфере	18	2	2	-	14
4.	Тема 4. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	20	4	2	-	14
5.	Тема 5. Разработка комплекса социального маркетинга	18	2	2	-	14
6	Тема 6. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге	18	2	-	-	16
	ИТОГО	108	16	8	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Социальный маркетинг» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Сущность и содержание социального маркетинга

Виды и типы современного маркетинга. Концепции маркетинга, соотношение интересов общества и потребителей. Предпосылки и история возникновения социального маркетинга. Современное состояние дискуссии о социальном маркетинге. Маркетинг социально-значимой проблемы (CRM). Цели, задачи и роль социального маркетинга как современного вида маркетинга. Особенности социального маркетинга, его основные отличия от коммерческого маркетинга.

Тема 2. Организация маркетингового управления социальной сферой

Понятие «социальная сфера». Субъекты и объекты, отношения и проблемы, уровень общественного сознания. Нужды и потребности, польза и мотивация. Внешняя и внутренняя среда социального маркетинга. Потребители. Конкуренты. Понятие «социальный продукт и услуга». Особенности рыночной деятельности в некоммерческой сфере. Социальные организации и деловое партнерство с бизнесом. Особенности маркетингового управления некоммерческими субъектами. Управление социальным маркетингом на функциональном уровне. Управление социальным маркетингом на инструментальном уровне (методы переговоров и партнерства, структура докладов, методы групповой работы, трансакции и НЛП). Типовые организационные структуры службы маркетинга в социальной сфере. Планирование социального маркетинга. Стратегии социального маркетинга.

Тема 3. Маркетинговые исследования в социальной сфере

Понятие маркетинговых исследований в некоммерческом секторе и их сущность. Типы маркетинговых исследований: вторичные и первичные, качественные и количественные. Характеристика интервью «один-на-один», фокус-групп.

Информационные системы социального маркетинга. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований социальной сферы. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации. Методы изучения потребителей и конкурентов в социальном маркетинге.

Инструментарий проведения маркетинговых исследований в некоммерческих организациях. Составление анкет, опросных листов. Логика и виды вопросов в процессе проведения анкетирования. Рейтинговые шкалы.

Методы анализа. Анализ внешнего окружения. Социальные, экономические, политические, правовые и демографические факторы, влияющие на деятельность компаний.

Прогнозирование индивидуального и массового спроса (экстраполяция, экспертные оценки, математическое моделирование, механистическое прогнозирование). Отчет о проведении исследований. Взаимодействие со специализированными центрами социальных и маркетинговых исследований.

Тема 4. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге

Правила сегментирования рынка в социальном маркетинге. Этапы сегментации. Определение признаков и критериев сегментации. Сегментация по параметрам продукта. Сбытовая сегментация. Сбытовой сегмент рынка и критерии его выделения. Дифференцирование социально-значимых товаров и услуг. Методика конкурентного дифференцирования продуктов, услуг, персонала, каналов распределения. Методика и стратегия позиционирования. Факторы, влияющие на позиционирование.

Тема 5. Разработка комплекса социального маркетинга

Элементы комплекса маркетинга. Понятие социального продукта. Особенности социального продукта. Виды социальных продуктов. Жизненный цикл социального продукта и особенности маркетинга на разных стадиях жизненного цикла.

Установление цен на социально–значимые продукты. Понятие «социальная цена». Факторы, влияющие на формирование цены на социальный продукт. Этапы процесса установления цены. Стратегии формирования цен на социальный продукт.

Стратегии распределения и предоставления социальных продуктов. Система каналов распределения в социальном маркетинге.

Тема 6. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге

Социальные маркетинговые коммуникации и особенности их использования. Процесс передачи и распространения информации. Разработка информационного сообщения.

Социальная реклама и ее роль в реализации социальных программ.

Связи с общественностью. Основные принципы организации работы с общественностью. Приемы общения с прессой. Изменение общественного мнения под влиянием публичной социальной кампании.

Спонсорство и благотворительность. Особенности мотивации потенциальных благотворителей. Социально-демографический портрет потенциального благотворителя. Мотивация представителей бизнеса к осуществлению благотворительной и спонсорской деятельности.

Стимулирование продаж. Выбор средства стимулирования продаж. Разработка программы стимулирования продаж.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6
	Знать:							
1	– основные понятия социального маркетинга;		+	+	+	+	+	+
2	– принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере;		+	+	+		+	+
3	– состав и содержание комплекса социального маркетинга.		+				+	
	Уметь:							
4	– применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов;		+	+	+	+	+	+
5	– анализировать субъектов социального обмена, внутреннюю и внешнюю среду организаций;		+	+	+	+	+	+
6	– использовать полученные знания в управлении социальным маркетингом.		+	+	+	+	+	+
	Владеть:							
7	– навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач;		+	+	+	+	+	+
8	– методикой проведения маркетингового исследования в социальной сфере;				+	+	+	+
9	– приемами разработки социального проекта и его воплощения в практике.			+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>								
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК						
10	– ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	– ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	+	+	+	+	+	+
		– ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности	+	+	+	+	+	+
		– ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Сущность и содержание социального маркетинга	ознакомление студентов с сущностью и содержанием социального маркетинга, закрепление и проверка знаний по теме лекции, обсуждение дискуссионных вопросов в форме панельной дискуссии, тестирование по теме.	2
2	Организация маркетингового управления социальной сферой	ознакомление студентов со структурой и содержанием маркетингового плана; с особенностями применения различных маркетинговых стратегий в социальном маркетинге, заслушивание проблемных докладов, дискуссия, разбор кейса.	2
3	Маркетинговые исследования в социальной сфере	формирование навыков проведения маркетинговых исследований в социальной сфере путем разбора ситуационных заданий и решения расчетных задач	4
4	Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	изучение процесса сегментирования целевых потребителей в социальном маркетинге; обучение навыкам позиционирования социального продукта.	2
5	Разработка комплекса социального маркетинга	изучение особенностей формирования комплекса социального маркетинга: социальный продукт, «цена» этого продукта, методы распространения и методы продвижения.	4
6	Особенности коммуникаций в социальном маркетинге	изучение процесса продвижения социального продукта, углубление знаний в области рекламы, PR–мероприятий, прямого и сетевого маркетинга в социальной сфере.	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
2	Организация маркетингового управления социальной сферой	ознакомление студентов со структурой и содержанием маркетингового плана; с особенностями применения различных маркетинговых стратегий в социальном маркетинге, заслушивание проблемных докладов, дискуссия, разбор кейса.	2
3	Маркетинговые исследования в	формирование навыков проведения маркетинговых исследований в социальной сфере	2

	социальной сфере	путем разбора ситуационных заданий и решения расчетных задач	
4	Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	изучение процесса сегментирования целевых потребителей в социальном маркетинге; обучение навыкам позиционирования социального продукта.	2
5	Разработка комплекса социального маркетинга	изучение особенностей формирования комплекса социального маркетинга: социальный продукт, «цена» этого продукта, методы распространения и методы продвижения.	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 50 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 20 баллов), и реферат (максимальная оценка 30 баллов)

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. Основные параметры социально-значимой кампании.
2. Корпоративная социальная ответственность бизнеса
3. Международные стандарты принципов корпоративной социальной ответственности: глобальный договор, глобальные принципы Салливана и др.

4. Принципы Экватора (система управления экологическими и социальными рисками при проектном финансировании).
5. Социальная хартия российского бизнеса.
6. Национальные особенности применения КСО.
7. Социальные организации и деловое партнерство с бизнесом.
8. Маркетинговые технологии в социальной сфере
9. Характеристика основных типов организационных структур маркетинговой службы в социальной сфере
10. Методы сбора первичной маркетинговой информации
11. Процесс передачи и сохранения информации в социальном маркетинге
12. Фандрайзинг: основные формы и модели.
13. Роль спонсорства и благотворительности в укреплении имиджа и деловой репутации компании.
14. Стимулирование продаж в социальном маркетинге.
15. Концептуальные основы социального партнерства
16. Потребность в здоровом образе жизни и маркетинговые каналы его распространения
17. Социальная реклама: виды и характеристика
18. Маркетинговые технологии в политике
19. Маркетинговые технологии в образовании
20. Благотворительность и волонтерство за рубежом.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 2 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольную работу № 1 составляет 30 баллов, максимальная оценка за 2 контрольную работу №2 составляет 20 баллов.

Практическое задание №1. Максимальная оценка 5 баллов.

Задача 2. Дайте характеристику российской социальной сети «ВКонтакте» по итогам 2014 г.: ежедневная аудитория, количество ежедневно посещающих страницу пользователей, рейтинг популярности сайта в России и т. д.

Практическое задание №2. Максимальная оценка 5 баллов.

Задача 3. Создание брендированного сообщества — один из эффективных инструментов повышения лояльности пользователя. И хотя поведение потребителей в группах порой достаточно сложно прогнозировать и контролировать, все больше и больше крупных производителей приходят к выводу о необходимости присутствия в социальной сети именно в формате групп. В любой социальной сети (Facebook, «Одноклассники», «ВКонтакте», Twitter и др.) создайте с точки зрения маркетинга брендированную группу компании (например, в которой вы трудитесь) для решения следующих задач: расширение целевой аудитории потребителей; информирование потенциальных потребителей о товарах; увеличение целевой посещаемости сайта; получение обратной связи от потребителей; проведение исследований.

Практическое задание №3. Максимальная оценка 5 баллов.

Задача 4. В последнее время компании стали использовать новый креативный манипуляционный метод взаимодействия с потребителями, который стимулирует пользователей: интернет-конкурсы. Разработайте концепцию стратегии продвижения конкретного товара вашей компании в социальных медиа посредством конкурса для пользователей Сети, например в таких функциональных сетях, как «ВКонтакте», «Одноклассники», Liveinternet и Facebook.

Практическое задание №4. Максимальная оценка 5 баллов.

Задача 5. На примере компании, в который вы трудитесь, либо известной вам отечественной организации, разработайте концепцию блога первых лиц компании. Продумайте, кто будет наделен данными должностными обязанностями и почему, кем будет осуществляться контроль за работой блога. Каковы будут цели данного блога и для какой аудитории будет публиковаться информация в блоге?

Контрольная работа №1. Максимальная оценка 30 баллов.

Разработать социально-значимый проект по одному из направлений:

- «Мой город, моя улица, мой дом» проект по благоустройству города, улицы, дома, подъезда, развитие инициатив по месту жительства);
- «Твоя гражданская позиция» (лучший проект по воспитанию чувства патриотизма, вовлечению молодежи в общественно-значимую деятельность, «добровольчество», социальные услуги населению, профилактика химической зависимости, работа с трудными подростками, организация досуга и др.);
- «За экологический оптимизм» – проект по сохранению природы;
- «За общество для людей всех возрастов и равных возможностей» (лучшие проекты решения проблем пожилых людей и людей с ограниченными возможностями);
- «За здоровое общество» (инициативы в области здравоохранения, профилактики заболеваний и охраны здоровья);
- «Содействие реформе образования» (инициативы в области образования, развития образовательных технологий и методик);
- «За оригинальность» (проекты, использующие инновационные идеи и технологии в решении социальной проблемы).

Контрольная работа №2 в форме опроса. Максимальная оценка 20 баллов.

1. Определение социального маркетинга. Специфика маркетинга в некоммерческой сфере.
2. Задачи социального маркетинга. Отличие социального маркетинга от пропаганды.
3. Предмет и задачи маркетинга в социальной сфере. Маркетинг как социальная техника.
4. Социальная сфера как объект маркетинга и деловой партнер бизнеса.
5. Характеристика рынков и особенности маркетинга в социальной сфере.
6. Коммерческие и некоммерческие субъекты рынка. Товары общественного потребления.
7. Концепции, модели и направления социального маркетинга.
8. Фандрайзинг.
9. Спонсорство и благотворительность.
10. Стимулирование продаж.
11. Планирование маркетинга в социальной сфере. Социально-значимые проекты и программы.
12. Инструменты реализации и способы оценки социальных программ.
13. Основные направления социальной деятельности коммерческих и некоммерческих организаций.
14. Маркетинг социально-значимой проблемы (CRM).
15. Социальная компетентность: требования к социально-маркетинговой деятельности.
16. Корпоративная социальная ответственность: программы и методы деятельности.
17. Инструментарий социальной компетентности и социального партнерства.

18. Социальные стандарты бизнеса (основные блоки и стандарты социальной отчетности).
19. Разработка комплекса социального маркетинга.
20. Социально–значимый продукт. Жизненный цикл социального продукта его специфика.
21. Ценообразование на социально–значимые продукты.
22. Распределение социально–значимых продуктов.
23. Методы продвижения социально-значимого продукта.
24. Социальные инновации, маркетинг инноваций (организации и проекты).
25. Специфика маркетингового управления и его организации в НКО.
26. Управление социальным маркетингом на функциональном уровне (структура управления социальными программами и социальные способности).
27. Управление социальным маркетингом на инструментальном уровне (методы переговоров и партнерства, структура докладов, методы групповой работы, транзакции и НЛП).
28. Сущности и типы маркетинговых исследований в социальном секторе.
29. Маркетинговая информация о социальной сфере. Маркетинговые информационные системы.
30. Специфика социально-маркетинговых исследований стиля жизни, нужд, потребностей и мотивов поведения.
31. Вторичные и первичные маркетинговые исследования.
32. Правила сегментирования рынка в социальном маркетинге (этапы, способы и методика).
33. Признаки и критерии сегментирования.
34. Дифференцирование социально-значимых товаров и услуг.
35. Методика и правила позиционирования социального продукта.
36. Стратегии социального маркетинга идей, интересов, организаций и территорий.
37. Конкурсы социально-маркетинговых кампаний и брендов.
38. Маркетинг событий.
39. Система каналов распределения в социальном маркетинге.
40. Информация и коммуникационные каналы в социальном маркетинге.
41. Экологический маркетинг.
42. Социальная реклама и брендинг как технологии социального маркетинга.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (7 семестр – зачет (очная форма), 8 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

1. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489061>

Б. Дополнительная литература

1. Вишнякова, Ю. А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы : учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12509-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496327>

2. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493153>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- Журнал «Интернет-маркетинг». ISSN: 2619-1369;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>
- Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>
- <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора
- <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
- <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека
- http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные

периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Социальный маркетинг»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 1. Сущность и содержание социального маркетинга	<i>Знает:</i> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; – состав и содержание комплекса социального маркетинга. <i>Умеет:</i> – применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов; – анализировать субъектов социального обмена, внутреннюю и внешнюю среду организаций; – использовать полученные знания в управлении социальным маркетингом. <i>Владеет:</i> – навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач.	Оценка за практическую работу
Тема 2. Организация маркетингового управления социальной сферой	<i>Знает:</i> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; <i>Умеет:</i> – применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов; – анализировать субъектов социального обмена, внутреннюю и внешнюю среду организаций; – использовать полученные знания в управлении социальным маркетингом. <i>Владеет:</i> – навыками применения	Оценка за практическую работу

	современного маркетингового инструментария для решения социальных задач; – приемами разработки социального проекта и его воплощения в практике.	
Тема 3. Маркетинговые исследования в социальной сфере	<i>Знает:</i> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; <i>Умеет:</i> – применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов; – анализировать субъектов социального обмена, внутреннюю и внешнюю среду организаций; – использовать полученные знания в управлении социальным маркетингом. <i>Владеет:</i> – навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач; – методикой проведения маркетингового исследования в социальной сфере; – приемами разработки социального проекта и его воплощения в практике.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу №1
Тема 4. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге	<i>Знает:</i> – основные понятия социального маркетинга; <i>Умеет:</i> – применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов; – анализировать субъектов социального обмена, внутреннюю и внешнюю среду организаций; – использовать полученные знания в управлении социальным маркетингом. <i>Владеет:</i>	Оценка за практическую работу

	– навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач; – методикой проведения маркетингового исследования в социальной сфере; – приемами разработки социального проекта и его воплощения в практике.	
Тема 5. Разработка комплекса социального маркетинга	<i>Знает:</i> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; – состав и содержание комплекса социального маркетинга. <i>Умеет:</i> – применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов; – анализировать субъектов социального обмена, внутреннюю и внешнюю среду организаций; – использовать полученные знания в управлении социальным маркетингом. <i>Владеет:</i> – навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач; – методикой проведения маркетингового исследования в социальной сфере; – приемами разработки социального проекта и его воплощения в практике.	Оценка за практическую работу

Тема 6. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге	<i>Знает:</i> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; <i>Умеет:</i> – применять на практике методы исследования социальной сферы, эволюционных социальных процессов; – анализировать субъектов социального обмена, внутреннюю и внешнюю среду организаций; – использовать полученные знания в управлении социальным маркетингом. <i>Владеет:</i> – навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач; – методикой проведения маркетингового исследования в социальной сфере; – приемами разработки социального проекта и его воплощения в практике.	Оценка за реферат Оценка за контрольную работу №2

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Социальный маркетинг»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Стратегический маркетинг»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.Э. Бойко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Стратегический маркетинг»** относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики предприятия и маркетинга.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся профессиональных компетенций в области стратегического управления маркетингом на предприятии, принятии тактических и оперативных решений в условиях функционирования рынка продуктов и услуг.

Задачи дисциплины:

- обеспечить формирование у обучающихся навыков выбора и разработки эффективной стратегии маркетинга в новых экономических условиях;
- обучение анализу стратегического потенциала, маркетинговой среды и ресурсных возможностей экономических субъектов;
- сформировать у обучающихся системное мышление в области решения сложных задач развития экономических субъектов разных типов, в т.ч., способствовать овладению технологии выбора и разработки маркетинговой стратегии экономических субъектов разных типов на качественно разных типах рынков.

Дисциплина **«Стратегический маркетинг»** преподается в 8 (очная форма обучения) и 8 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Индикаторы
Системное критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности
		УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи
		УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений
		УК-2.2. Умеет публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта
		УК-2.3. Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.	ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н,
			ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений	

			ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы	Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)
Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
Владение современными инструментами комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 08 Финансы и экономика	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в

	(в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)		ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами	рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений;
- методы сегментирования рынка товаров и потребителей;
- основы товарной политики и формирования ассортимента товаров;
- методы проведения маркетинговых исследований;
- инструменты маркетинговых коммуникаций.

Уметь:

- использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей деятельности предприятий различного профиля;
- выделять эффективные направления по обоснованию целевого сегмента рынка сбыта;
- правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации.

Владеть:

- методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга;
- навыками экономического, социального и информационного обоснования в принятии эффективных решений в деятельности отдельных предприятий и организаций с целью повышения качества выпускаемой продукции и удовлетворения потребностей населения.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,10	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,10	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Сущность и механизм стратегического маркетинга	14	2	2	-	10
2.	Тема 2. Управление маркетингом	14	2	2	-	10
3.	Тема 3. Организационные формы управления маркетингом	14	2	2	-	10
4.	Тема 4. Управление распределением	14	2	2	-	10
5.	Тема 5. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии	17	3	2	-	12
6.	Тема 6. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий	18	3	3	-	12
7.	Тема 7. Реализация маркетинговой стратегии	17	2	3	-	12
	ИТОГО	108	16	16	-	76

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Сущность и механизм стратегического маркетинга	13	2	1	-	10
2.	Тема 2. Управление маркетингом	13	2	1	-	10
3.	Тема 3. Организационные формы управления маркетингом	13	2	1	-	10
4.	Тема 4. Управление распределением	15	2	1	-	12
5.	Тема 5. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии	18	3	1	-	14
6.	Тема 6. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий	19	3	2	-	14
7	Тема 7. Реализация маркетинговой стратегии	17	2	1	-	14
	ИТОГО	108	16	8	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Сущность и механизм стратегического маркетинга

Эволюция развития маркетинга и его роль в теории и практике менеджмента. Маркетинг как центральная функция управления бизнесом, цель которого определение потребности потребителей и мобилизация ресурсов компании для удовлетворения этих потребностей. Рыночная среда – базовая основа маркетинга. Социально-экономическая сущность маркетинга, его цели принципы, функции, инструментарий. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства. Среда, виды и объекты маркетинга. Цели маркетинговой деятельности. Современные концепции маркетинга. Значение маркетинговой информационной среды. Планирование в системе маркетинга – оперативное и тактическое. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений. Стратегия маркетинга и критерии её выбора. Стратегический маркетинг в условиях глобализации. Содержание стратегии в организации маркетинговой деятельности.

Маркетинговые стратегии на корпоративном, функциональном и операционном уровнях управления. Управление маркетингом на корпоративном уровне: портфельные стратегии, стратегии роста, конкурентные стратегии. Стратегические матрицы БКГ, Джи-И-Маккензи, И.Ансоффа. Конкурентные преимущества предприятия. Управление маркетингом на функциональном уровне: сегментация рынка, выбор целевых сегментов, позиционирование и репозиционирование, разработка комплекса маркетинга. Управление маркетингом на институциональном уровне: управление товаром, ценой и сервисом. Особенности выбора стратегии развития малых, средних и крупных фирм.

Тема 2. Управление маркетингом.

Эволюция концепций управления маркетингом. Механизм управления маркетингом, его основные блоки. Система принципов управления маркетингом. Принципы организационного поведения, профессионализма руководства, прибыльности и эффективности, контроля и учета, их составляющие компоненты. Взаимосвязь высшего руководства и основных функций управления маркетингом. Блок-схема функций маркетинга.

Управление долговременными и прибыльными взаимоотношениями с клиентами и партнерами по бизнесу. Автоматизация бизнес-процессов компании (CRM). Задачи CRM-системы для удовлетворения и удержания клиентов и оптимизации деятельности компании (поиск и обработка информации, анализ данных, управление продажами и т.д.). Определение стратегических целей и задач на основе информационного обеспечения процесса принятия управленческих решений. Содержание информационных стратегий: функциональная, информационная, коммуникативная, прогнозная, инновационная. Варианты выбора информационной стратегии на этапах жизненного цикла продукции предприятия. Основные функции построения CRM-системы с учетом требований клиента. Этапы внедрения CRM-системы. Обзор существующего программного обеспечения для CRM- систем.

Тема 3. Организационные формы управления маркетингом.

Структуры маркетинговой службы на предприятии – цели, задачи, функции. Современные профессиональные требования к специалисту по маркетингу. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии. План маркетинга как системный документ достижения целевой функции компании. Последовательность разработки планов. Бюджет маркетинга. Маркетинговые программы. Информационное обеспечение основных уровней планирования. Модель антикризисного управления маркетингом с учетом элементов поведенческого маркетинга.

Тема 4. Управление распределением.

Планово-управленческие решения по созданию системы выгодной дистрибьюции. Обоснование выбора уровней каналов распределения по уровню затрат в системе распределения. Стратегии продвижения. Комплекс продвижения. Стимулирование продаж. Управление сетевым маркетингом. Специальные технологии организации сетевой торговли. Характеристика сетевого-маркетолога.

Тема 5. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии

Анализ потребностей посредством сегментации рынка. Анализ привлекательности рынка: измерение рыночного потенциала и прогнозирование будущего размера рынка. Анализ объема продаж и доли рынка организации. Моделирование жизненного цикла продукта организации. Анализ конкурентоспособности организации. Определение основы конкурентного преимущества организации. Выявление возможностей для реализации конкурентного преимущества. Предвидение реакции конкурентов.

Тема 6. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий

Связь между стратегией и сегментацией. Определение базового рынка организации. Концептуализация базового рынка в системе координат «функции», «клиенты» и «технологии». Построение сетки сегментации базового рынка. Анализ возможностей образования новых сегментов базового рынка. Выбор стратегии охвата сегментов базового рынка: стратегия концентрации или фокуса, стратегия функционального специалиста, стратегия специализации по клиенту, стратегия селективной специализации, стратегия полного охвата рынка. Процесс оценки привлекательности каждого из сегментов рынка и возможностей компании по их прибыльному обслуживанию. Создание предложения ценности: дифференциация, позиционирование и массовая кастомизация в различных отраслях.

Тема 7. Реализация маркетинговой стратегии

Система управления реализацией маркетинговых стратегий. Стратегический маркетинговый план: принципы реализации маркетинговой стратегии, содержащиеся в маркетинговом плане, содержание маркетингового плана, реализация плана. Оценка результатов маркетинговой деятельности компании с помощью системы ключевых показателей эффективности (KPI).

Информационное обеспечение стратегического управления маркетингом в условиях цифровизации. Принятие маркетинговых управленческих решений при дефиците информации. Бизнес-процессы стратегического маркетинга, требующие маркетинговой информационной поддержки. Digital-технологии информационного обеспечения стратегического управления маркетингом. Организационные аспекты стратегического маркетинга. Реинжиниринг и структуры управления маркетингом. Перспективы использования стратегического маркетинга отечественными организациями на рынке туристских услуг. Лучшие практики. Бенчмаркинг реализации эффективных маркетинговых стратегий ведущими компаниями на локальных и мировых рынках в туристской сфере.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7
	Знать:								
1	– типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений;		+	+		+	+	+	+
2	– методы сегментирования рынка товаров и потребителей;		+			+		+	
3	– основы товарной политики и формирования ассортимента товаров;		+	+				+	
4	– методы проведения маркетинговых исследований;			+				+	+
5	– инструменты маркетинговых коммуникаций.		+	+	+	+			+
	Уметь:								
6	– использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей деятельности предприятий различного профиля;		+	+		+		+	+
7	– выделять эффективные направления по обоснованию целевого сегмента рынка сбыта;		+			+	+	+	
8	– правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации.			+	+	+	+	+	+
	Владеть:								
9	– методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга;		+	+		+		+	+
10	– навыками экономического, социального и информационного обоснования в принятии эффективных решений в деятельности отдельных предприятий и организаций с целью повышения качества выпускаемой продукции и удовлетворения потребностей населения.		+		+		+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие универсальные компетенции и индикаторы их достижения:									
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК							
11	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности	+	+	+	+	+	+	+

		УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи	+	+	+	+	+	+	+
		УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки	+	+	+	+	+	+	+
12	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений	+			+	+		+
		УК-2.2. Умеет публично представлять результаты решения конкретной задачи проекта				+	+		
		УК-2.3. Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	+			+	+		+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>									
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК							
13	ПК-7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.	ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения	+			+	+	+	
		ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений		+	+	+	+		+
		ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы			+	+			+
14	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	+	+			+	+	

	управления маркетинговой деятельностью организации.	ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности				+	+		+
		ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами		+		+	+	+	

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 1. Сущность и механизм стратегического маркетинга	Стратегические матрицы БКГ, Джи-И-Маккензи, И.Ансоффа.	2
2	Тема 2. Управление маркетингом.	Основные функции построения CRM-системы с учетом требований клиента. Этапы внедрения CRM-системы. Обзор существующего программного обеспечения для CRM- систем.	2
3	Тема 3. Организационные формы управления маркетингом.	Сегментация туристов и ее значение в маркетинге дестинаций Географическая сегментация Демографическая сегментация Психографическая сегментация Поведенческая сегментация Выделите наиболее перспективные сегменты туристов для вашего региона.	2
4	Тема 4. Управление распределением.	Специальные технологии организации сетевой торговли. Характеристика сетевого маркетолога. Решение ситуационных задач и кейсов.	2
5	Тема 5. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии	Определение основы конкурентного преимущества организации. Выявление возможностей для реализации конкурентного преимущества. Предвидение реакции конкурентов.	2
6	Тема 6. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий	Процесс оценки привлекательности каждого из сегментов рынка и возможностей компании по их прибыльному обслуживанию. Создание предложения ценности: дифференциация, позиционирование и массовая кастомизация в различных отраслях.	3
7	Тема 7. Реализация маркетинговой стратегии	Перспективы использования стратегического маркетинга отечественными организациями на рынке химической промышленности. Лучшие практики. Бенчмаркинг реализации эффективных маркетинговых стратегий ведущими компаниями на локальных и мировых рынках.	3

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 1. Сущность и механизм стратегического маркетинга	Стратегические матрицы БКГ, Джи-И-Маккензи, И.Ансоффа.	1
2	Тема 2. Управление маркетингом.	Основные функции построения CRM-системы с учетом требований клиента. Этапы внедрения CRM-системы. Обзор существующего программного обеспечения для CRM- систем.	1
3	Тема 3. Организационные формы управления маркетингом.	Сегментация туристов и ее значение в маркетинге дестинаций Географическая сегментация Демографическая сегментация Психографическая сегментация Поведенческая сегментация Выделите наиболее перспективные сегменты туристов для вашего региона.	1
4	Тема 4. Управление распределением.	Специальные технологии организации сетевой торговли. Характеристика сетевого маркетолога. Решение ситуационных задач и кейсов.	1
5	Тема 5. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии	Определение основы конкурентного преимущества организации. Выявление возможностей для реализации конкурентного преимущества. Предвидение реакции конкурентов.	1
6	Тема 6. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий	Процесс оценки привлекательности каждого из сегментов рынка и возможностей компании по их прибыльному обслуживанию. Создание предложения ценности: дифференциация, позиционирование и массовая кастомизация в различных отраслях.	2
7	Тема 7. Реализация маркетинговой стратегии	Перспективы использования стратегического маркетинга отечественными организациями на рынке химической промышленности. Лучшие практики. Бенчмаркинг реализации эффективных маркетинговых стратегий ведущими компаниями на локальных и мировых рынках.	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение четырёх практических работ (по 10 баллов каждая, максимальная оценка 40 баллов), опроса на семинарах (максимальная оценка 20 баллов), и контрольной работы в виде тестирования (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Подготовка рефератов программой не предусмотрена.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

1. Основные направления маркетинговых исследований.
2. Этапы проведения маркетинговых исследований.
3. Цели маркетинговых исследований.
4. Виды экспериментов.
5. Фокус-группа и цели ее применения.
6. Сущность метода Mystery Shopping.
7. Глубинное интервью, анализ протокола и проекционные методы получения информации.
8. Виды ошибок маркетинговых исследований.
9. Характеристика источников внутренней маркетинговой информации.
10. Характеристика источников внешней маркетинговой информации.
11. Маркетинговая информационная система.
12. Основные методы сбора первичной маркетинговой информации.
13. Классификация анкетных опросов.
15. Охарактеризуйте работу выставочного экспонента: обоснование участия, разработка стенда, мотивация стендистов.
16. Контекстная реклама: виды таргетинга целевой аудитории.
17. Коммуникационная программа: этапы.
18. Функции и должностные обязанности коммуникационного отдела фирмы.
19. Инструменты стимулирования сбыта на российском розничном рынке.

20. Аутсорсинг рекламных функций: плюсы и минусы.
21. Классификация рекламы в торговых сетях с учётом глобализации рынка.
22. Мерчендайзинг: планирование пространства.
23. Маркетинговые коммуникации: стратегический, тактический и результативный блоки реализации маркетинговой деятельности.
24. Участники стимулирования сбыта: клиенты, персонал.
25. Контекстная реклама: виды таргетинга целевой аудитории.
26. Виды стимулирования продаж.
27. Стратегии выталкивания и проталкивания.
28. Основные критерии эффективности медиапланирования.
29. Охарактеризуйте каналы распространения рекламы.
30. Основные цели мерчендайзинга.
31. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства.
32. Виды и особенности Интернет-рекламы: контекстная, медийная.
33. Основные функции рекламодателя.
34. Факторы развития упаковочной отрасли в России.
35. История возникновения и развития стратегического маркетинга
36. Черты современного стратегического маркетинга: глобальность, активность, интегрированность, использование систем мониторинга внешней среды и маркетинга взаимодействия
37. Сравнение операционного и стратегического маркетинга
38. Способы разработки маркетинговых стратегий (формального планирования, метод проб и ошибок, метод политических переговоров, через организационную культуру, метод принудительного выбора, метод проницательного руководства)
39. Маркетинговые стратегии в системе общекорпоративного управления
40. Сравнение ключевых компонентов корпоративной, деловой и маркетинговой стратегий
41. Понятие стратегического маркетингового планирования
42. Организация стратегического маркетинга
43. Стратегический маркетинговый контроль. Особенности использования метода GAP-анализа в стратегическом маркетинговом контроле
44. Характеристика стратегий роста предприятия с использованием матрицы «товар – рынок»
45. Направления и причины диверсифицированного роста
46. Понятие интегрированного роста
47. Использование матрицы «товар – рынок» в оценке направлений развития организации
48. Прогнозирование рыночного спроса. Методы прогнозирования: качественные и количественные
49. Анализ маркетинговых возможностей. Внешний маркетинговый аудит
50. Показатели оценки микроокружения. Внутренний аудит маркетинга
51. Суть анализа сильных и слабых сторон, метод SNW
52. Проблемы выбора целевых рынков
53. Модели сегментирования рынка

В течение семестра выполняется 4 практических задания и одна контрольная работа в виде тестирования.

Примерная тематика практических заданий:

Практическое задание 1 (10 баллов)

Решение задач

Задача 1.

Производитель рассматривает возможность выхода на рынок новой модели товара. Переменные издержки составляют 115 руб. на изделие. Постоянные – 7,7 млн. руб. в год. Продажная цена за одно изделие – 335 руб. Ожидаемый объем продаж – 41 тыс. шт. в год. Чему равен коэффициент безопасности выхода на рынок новой модели?

Задача 2.

В крупном городе 8000 торговых точек по продаже фруктовой воды (магазины, рынки, ларьки и т.д.). Фруктовая вода марки «Вишневая» продается в 2000 из них. Оборót фруктовой воды за прошедший год в городе составил 2 млн. рублей, оборót воды «Вишневой» – 800 тыс. рублей. Общий оборót торговых точек, продающих воду «Вишневую», составил 1,2 млн. рублей.

Необходимо рассчитать долю на рынке воды марки «Вишневая».

Задача 3

Рассчитать точку безубыточности для магазина, используя следующие исходные данные:

- Объем продаж – 300 тыс. руб.
- Маржа составляет – 120 тыс. руб.
- Переменные затраты – 40 тыс. руб.
- Постоянные затраты – 70 тыс. руб.
- Заданная прибыль – 15 тыс. руб.

Задача 4

По матрице Ансоффа (стратегия 3) на примере конкретного российского предприятия предложите возможности для создания новых товаров для существующих рынков:

- возможна модернизация существующих продуктов;
- созданы новые продукты;
- могут быть созданы продукты различного качества.

Задача 5

В таблице приведены результаты оценки руководством компании X привлекательности рынков, на которых компания действует и стратегического положения на этих рынках. По матрице Джи и Маккензи предложите стратегические решения корпоративного характера.

Рынки						(баллы)	
Показатели	Вес	1	2	3	4	5	6
Стратегическое положение							
Доля рынка	0,3	3	7	3	8	5	5
Относительное качество	0,3	5	4	9	9	2	9
Потенциал НИОКР	0,3	6	2	8	5	2	8
Экологичность производства	0,1	4	3	8	3	4	8
Индекс	1	4,6	4,2	6,8	6,9	3,1	7,4
Привлекательность рынка							
Темпы роста спроса	0,4	1	7	5	4	2	9
Конкуренция	0,3	3	2	2	5	7	4
Капиталоемкость	0,2	3	2	2	7	5	7
Конъюнктура рынка	0,1	2	2	6	4	5	5
Индекс	1	2,1	4	3,6	4,9	4,4	6,7

Практическое задание 2 (10 баллов)

Подготовьте план запуска нового продукта на рынок РФ. Вы можете придумать продукт сами или взять в качестве образца любой знакомый Вам продукт.

План обязательно должен содержать следующие пункты: РРТ/РРТХ презентация продукта клиенту, календарный план запуска, операционный план технических мероприятий, предполагаемая упаковка данного продукта и информация для потребителя, прибыльность проекта, доказанная с помощью индекса периода окупаемости капитала (цифры указываются приблизительные, главное показать, когда проект принесет прибыль).

Практическое задание 3 (10 баллов)

Вы являетесь руководителями подразделения дистрибьюторской компании (или какого-то магазина)/производителем. Перед вами стоит задача сформировать портфель брендов (однородной продукции) в соответствии с потребностями ваших потребителей. Вам необходимо провести сегментацию рынка, построить сегментационную матрицу, подробно описать потребности (критерии составляются в зависимости от того, как вы сформируете потребности).

Практическое задание 4 (10 баллов)

Решение кейса

Одним из интересных сегментов туристского рынка являются так называемые бэкпекеры (от англ. *backpackers* – туристы с рюкзаками). Их можно встретить по всему миру. Например, в Австралии бэкпекеры составляют около 12 % от международных туристских прибытий. К этому типу туристов (лучше сказать, стилю путешествий) в общем виде относятся молодые люди в возрасте 18-25 лет, предпочитающие бюджетное размещение (хостелы).

Чтобы понять характер этого типа туристов, обратимся к истории его появления. В основе лежат три традиции. Во-первых, давние образовательные традиции, когда молодые люди отправлялись в путешествие с целью получения знаний. Во-вторых, это европейские традиции путешествия с целью получения навыков и опыта определенной работы. В конечном итоге активное молодежное движение в Германии привело к появлению хостелов. Они располагались в старых зданиях школ и других общественных строениях, предоставляя размещение молодым людям, путешествующим с небольшим бюджетом.

Эти ключевые традиции обусловили в 1960-1970 гг. появление таких типов туристов, которых называли хиппи, дрефтеры. Современные бэкпекеры уже не имеют никакого отношения к хиппи, от них они переняли только стиль путешествия, но не стиль жизни в целом. К бэкпекерам сегодня относятся преимущественно молодые люди, которые предпочитают недорогое размещение, но яркие впечатления. Их также характеризует самостоятельная организация своего путешествия, гибкий маршрут и график, они социально ориентированы, чаще совершают долгие путешествия (от нескольких недель до года), нежели короткие каникулы, предпочитают активные виды отдыха и туристские аттракции. Некоторые из них работают во время путешествий.

Однако сегодня отмечаются значительные трансформации в сегменте бэкпекеров. В то время как основная часть бэкпекеров – это молодежь 18-25 лет, предпочитающая недорогое размещение с дополнительной возможностью общения (хостелы), их постепенно теснят более старшие туристы 25-35 лет, которые путешествуют с целью поиска свободы от отношений, работы, повседневных проблем так далеко, как им могут позволить их средства. Это уже не студенты без денег, это работающая молодежь с банковскими картами в руках. Появился даже новый термин – *flashpackers* – для обозначения туристов, предпочитающих отели молодежным общежитиям. Они не только ищут приключения, незабываемые впечатления, но и готовы платить за них. Более высокий уровень жизни заставляет таких туристов искать и более высокие стандарты путешествия. Флэшпекеры так же самостоятельно планируют и организуют свои путешествия, ищут неизведанные дестинации и с удовольствием проводят время на фестивалях, в необычных музеях, деревнях местных жителей, однако выбирают более качественный сервис.

Такие туристские трансформации связаны с трансформациями социальными — семью заводят позже, строить карьеру и зарабатывать деньги начинают раньше, появляется желание накопить денег и совершить поездку с незабываемыми впечатлениями, перед тем как погрузиться в усердную работу. Эти тенденции подкрепляются развитием бюджетных авиакомпаний, появлением путеводителей с указанием более дорогих опций для более старших туристов, растущим числом новых дестинаций, доступностью информации о других культурах, которые хочется узнать.

Однако для системы хостелов такие трансформации ведут к очевидным сложностям. Снижается спрос на многоместные комнаты, которые составляют основу хостелов, так как флэшпекеры предпочитают двухместные номера, удобства и более высокий уровень сервиса и комфорта. Многие хостелы уже почувствовали эти тренды и стали вносить изменения – появляется новый тип хостелов с более высокой стоимостью и более высоким уровнем комфорта.

В России хостелы пока не получили должного развития, туррынок только осознал важность такого сегмента, как молодежь, ищущая недорогое размещение. В погоне за молодыми европейскими и американскими туристами в некоторых городах стали появляться хостелы (Москва, Санкт-Петербург, Иркутск), однако старые санатории и квартиры больше не устраивают привыкших к комфорту туристов.

Вопросы и задания к кейсу

1. Охарактеризуйте бэкпекеров как туристов.
2. Какой вид, модель сегментации применим для выделения такого сегмента туристов, как бэкпекеры?
3. В чем основное отличие традиционных бэкпекеров и формирующегося сегмента флэшпекеров?
4. Какую инфраструктуру необходимо сформировать в вашем регионе для привлечения бэкпекеров?
5. Как трансформация характеристик этого сегмента повлияет на тур- продукты дестинаций?

Контрольная работа в виде теста. Максимальная оценка 40 баллов.

Примеры вопросов для реализации тестирования:

1. Маркетинг – это...
 - а) сбыт того, что может произвести предприятие
 - б) производство и сбыт того, что нужно потребителю с целью извлечения прибыли;
 - в) управление предприятием исходя из задач извлечения максимальной прибыли за короткий промежуток времени;
 - г) полный охват рынка сбыта.

2. Компания, производящая автомобили, принимает решение продлить период гарантийного обслуживания до трех лет. Данное решение относится к элементу комплекса маркетинга...
 - а) продвижение
 - б) цена
 - в) доведение продукта до потребителя
 - г) продукт

3. Поставщик персональных компьютеров продает компьютеры только для применения в бизнесе. Он принимает решение начать продажу этих компьютеров также и конечным пользователям (индивидуальным потребителям). Эту стратегию можно назвать...
 - а) получение максимальной прибыли
 - б) проникновение на рынок
 - в) диверсификация
 - г) развитие рынка

4. Матрица БКГ основана на оценке следующих параметров: (несколько вариантов ответа)
 - а) привлекательность бизнеса
 - б) темп роста рынка
 - в) благоприятные возможности
 - г) доля рынка
 - д) угрозы

5. Магнитофон – это товар...
 - а) предварительного выбора
 - б) особого спроса
 - в) повседневного спроса
 - г) предварительного выбора

6. Цена потребления представляет...
 - а) себестоимость продукта плюс норма прибыли
 - б) стоимость упаковки плюс стоимость эксплуатации
 - в) цену покупки плюс затраты на установку
 - г) цену покупки плюс затраты на установку и эксплуатацию

7. Вертикальная маркетинговая система как канал распределения характеризуется тем, что: (несколько вариантов ответа)
 - а) базируется на авторитете одного из участников канала
 - б) предполагает механизм мотивирования одним участником канала распределения всех остальных участников канала
 - в) один из участников канала распределения обладает правом собственности на все

звенья данного канала

г) базируется на принуждении участников канала распределения принять участие в его функционировании

д) предполагает привлечение к работе в канале распределения производителей сырья и комплектующих, используемых при выпуске продукта, сбываемого в данном канале

8. Рекламная кампания какого-либо продукта начинается с...

а) расчета бюджета

б) с определения источника финансирования

в) с определения целевой аудитории и целей

г) с разработки текста

9. Под маркетинговой информационной системой (МИС) понимается...

а) получение информации о важных для организации изменениях внешней среды, а также сообщение важной для потребителей информации об организации;

б) передача и обмен информацией между подразделениями, сотрудниками, уровнями управления предприятием;

в) управленческая идеология, объединяющая бизнес-стратегию и информационные технологии в единую систему, предназначенную для комплексной автоматизации всех видов хозяйственной деятельности предприятий;

г) совокупность оборудования и процедур сбора, оценки и распределения своевременной и точной информации, необходимой для принятия маркетинговых решений.

10. К детерминированным методам формирования выборки относятся: (несколько вариантов ответа)

а) выборка методом снежного кома

б) случайный отбор

в) выборка по удобству

г) выборка по квотам

д) стихийный отбор

Примерный список вопросов для реализации дополнительного опроса по дисциплине:

1. Понятие рынка и возникновение маркетинга.

2. Принципы, цели и функции маркетинга.

3. Основные концепции маркетинга.

4. Виды маркетинга.

5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности.

6. Инновационные виды маркетинга.

7. Особенности международного маркетинга.

8. Система маркетинговой информации, характеристика ее основных элементов.

9. Маркетинговое исследование: понятие, цели и задачи, этапы проведения. Выборочный метод сбора информации о рынке.

10. Вероятностный и детерминированный подходы к формированию структуры выборки.

11. Наблюдение и эксперимент: понятие, преимущества и недостатки.

12. Фокус-группа, цели ее применения.

13. Глубинное интервью, анализ протокола и проекционные методы получения информации.

14. Классификация анкетных опросов. Процедура проведения анкетного опроса.

15. Структура анкеты и классификация вопросов, используемых в анкете.

16. Взаимосвязь стратегической и тактической компоненты с элементами комплекса маркетинга.
17. Разделы плана маркетинга.
18. Стратегический и тактический план маркетинга.
19. Портфельные стратегии, условия их применения.
20. Основные задачи и функции службы маркетинга.
21. Должностные требования к работникам маркетинговых служб: знания, навыки, умения.
22. Основные способы реализации маркетингового контроля.
23. Виды маркетингового контроля.
24. Аудит маркетинга.
25. Экономическое и маркетинговое определение товара.
26. Конкурентоспособность товара на рынке.
27. Трехуровневый анализ товара в маркетинге.
28. Концепция «жизненного цикла товара» и содержание маркетинговых усилий на разных этапах ЖЦТ.
29. Характеристика основных этапов процесса разработки нового товара.
30. Ассортиментная политика организации: понятие и основные подходы.
31. Сервис и гарантийное обслуживание в системе маркетинга.
32. Понятие «торговой марки» и «бренда», значение и использование в маркетинге.
33. Брендинговая политика.
34. Теоретические основы ценообразования: понятие цены и ее значение в маркетинге.
35. Спрос как фактор ценообразования. Ценовая эластичность спроса: сущность и методика расчета.
36. Стратегии ценообразования.
37. Методы ценообразования.
38. Понятие канала и системы сбыта. Маркетинговая деятельность в каналах распределения продукции.
39. Факторы, влияющие на выбор оптимального канала распределения.
40. Стратегии формирования каналов распределения (сбыта).
41. Политика мерчандайзинга.
42. Система формирования спроса и стимулирования сбыта. Структура и содержание разделов.
43. Маркетинговые коммуникации: этапы эволюции и современные тенденции развития.
44. Комплекс маркетинговых коммуникаций в Интернете.
45. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Виды
46. Средства распространения рекламы.
47. Связи с общественностью как средство коммуникационной политики.
48. Стимулирование сбыта: преимущества и недостатки.
49. Прямой маркетинг: понятие и основные инструменты.
50. Личные продажи как инструмент прямого маркетинга.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (8 семестр – зачет (очная форма), 8 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. А. Пашкус [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 225 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00742-8. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433821>

Б. Дополнительная литература

2. Реброва, Н. П. Стратегический маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. П. Реброва. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 186 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-9092-8. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437233>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

1. Интернет сайт Министерства экономического развития Российской Федерации www.economy.gov.ru
2. Интернет сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации www.gks.ru
3. Интернет сайт Бюро экономического анализа ИА «Интерфакс» www.analytics.interfax.ru
4. Интернет сайт Независимого института Социальной политики <http://atlas.socpol.ru>
5. Интернет сайт проекта «Россия. Особые экономические зоны» <http://www.russez.ru>
6. Интернет сайт Профессиональные справочные системы «Техэксперт» <http://www.cntd.ru>
7. Новостное агентство в сфере маркетинга и рекламы: <https://adindex.ru/>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который

обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Стратегический маркетинг*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 1. Сущность и механизм стратегического маркетинга	<i>Знает:</i> – типологию инструментов стратегического анализа; - аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений; – методы сегментирования рынка товаров и потребителей; – основы товарной политики и формирования ассортимента товаров; – инструменты маркетинговых коммуникаций. <i>Умеет:</i> – использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей	Практическое задание №3, контрольные вопросы, тестирование

	деятельности предприятий различного профиля; – выделять эффективные направления по обоснованию целевого сегмента рынка сбыта; <i>Владеет:</i> – методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга; – навыками экономического, социального и информационного обоснования в принятии эффективных решений в деятельности отдельных предприятий и организаций с целью повышения качества выпускаемой продукции и удовлетворения потребностей населения.	
Тема 2. Управление маркетингом	<i>Знает:</i> – типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений; – основы товарной политики и формирования ассортимента товаров; – методы проведения маркетинговых исследований; – инструменты маркетинговых коммуникаций. <i>Умеет:</i> – использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей деятельности предприятий различного профиля; – правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации. <i>Владеет:</i> – методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга	Практическое задание № 2, контрольные вопросы, тестирование

Тема 3. Организационные формы управления маркетингом	<i>Знает:</i> – инструменты маркетинговых коммуникаций. <i>Умеет:</i> – правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации <i>Владеет:</i> – навыками экономического, социального и информационного обоснования в принятии эффективных решений в деятельности отдельных предприятий и организаций с целью повышения качества выпускаемой продукции и удовлетворения потребностей населения.	Практическое задание № 4, контрольные вопросы, тестирование
Тема 4. Управление распределением	<i>Знает:</i> – типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений; – методы сегментирования рынка товаров и потребителей; – инструменты маркетинговых коммуникаций. <i>Умеет:</i> – использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей деятельности предприятий различного профиля; – выделять эффективные направления по обоснованию целевого сегмента рынка сбыта; – правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации. <i>Владеет:</i> – методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга;	Практическое задание № 1,3,4. контрольные вопросы,

Тема 5. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии	<i>Знает:</i> – типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений; <i>Умеет:</i> – выделять эффективные направления по обоснованию целевого сегмента рынка сбыта; – правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации. <i>Владеет:</i> – навыками экономического, социального и информационного обоснования в принятии эффективных решений в деятельности отдельных предприятий и организаций с целью повышения качества выпускаемой продукции и удовлетворения потребностей населения.	Практическое задание № 2,4, контрольные вопросы, тестирование.
Тема 6. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий	<i>Знает:</i> – типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений; – методы сегментирования рынка товаров и потребителей; – основы товарной политики и формирования ассортимента товаров; – методы проведения маркетинговых исследований; <i>Умеет:</i> – использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей деятельности предприятий различного профиля; – выделять эффективные направления по обоснованию целевого сегмента рынка сбыта; – правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации. <i>Владеет:</i>	Практическое задание № 1,2,3,4 контрольные вопросы, тестирование

	– методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга; – навыками экономического, социального и информационного обоснования в принятии эффективных решений в деятельности отдельных предприятий и организаций с целью повышения качества выпускаемой продукции и удовлетворения потребностей населения.	
Тема 7. Реализация маркетинговой стратегии	<i>Знает:</i> – типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений; – методы проведения маркетинговых исследований; – инструменты маркетинговых коммуникаций. <i>Умеет:</i> – использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей деятельности предприятий различного профиля; – правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации. <i>Владеет:</i> – методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга	Практическое задание № 1,2,3,4 контрольные вопросы, тестирование

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Стратегический маркетинг»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Теория организации и организационное поведение»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга
О.Ю. Егоровой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой Менеджмента и маркетинга РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина **«Теория организации и организационное поведение»** относится к базовой части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области базовых общеэкономических дисциплин («Экономическая теория и институциональная экономика», «Основы менеджмента», «Маркетинг»).

Цель дисциплины – формирование у обучающихся теоретических основ и практических навыков в области создания и функционирования организаций в современном обществе, принципов построения организации на основании предложенных моделей и обеспечения ее функционирования, а также моделей поведения человека в организации, механизмов мотивации индивидов, их взаимоотношениях, осуществления эффективного руководства организациями.

Задачи дисциплины:

- овладение студентами подходов и методов в изучении роли организаций, особенностей их формирования и функционирования;
- знание эффективных методов создания новой организации или преобразования существующей;
- овладение понятийным аппаратом и изучение процессов развития личности в организации, методов квалифицированного воздействия на персонал для реализации миссии и целей организации;
- получение представления об особенностях руководства и лидерства для успешного управления организацией.

Дисциплина **«Теория организации и организационное поведение»** преподается в 4 семестре для очной и в 6 семестре для очно-заочной формы обучения. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:** УК-3.1; УК-3.2; ОПК-4.1

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	УК-3.1. Знает и понимает особенности поведения работников предприятий. УК-3.2. Знает основные типы социальных взаимодействий и социально-психологические критерии эффективности управления коллективом.

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1. Знает теоретические основы организации управления предприятием.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- методы и модели построения организаций;
- методы решения проблем, возникающие при обеспечении функционирования организаций;
- существующие модели и механизмы мотивации индивидов, необходимые при проектировании работы в организации;
- закономерности осуществления руководства организациями.

Уметь:

- выявлять причины недостаточной эффективности организаций;
- самостоятельно решать сложные поведенческие задачи;
- грамотно выстраивать межличностные отношения.

Владеть:

- навыками подготовки и принятия решений на основе учета мнений членов социальной группы и групповых интересов;
- навыками работы над выполнением принятых решений во взаимодействии с коллективом и партнерами;
- этикой руководства.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения:

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	-	-
Курсовая работа		35,8	26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		24,2	18,15
Вид контроля:			
Экзамен	1,0	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4	0,3
Подготовка к экзамену.		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,66	24	18
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,34	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,34	-	-
Курсовая работа		35,8	26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		48,2	36,15
Вид контроля:			
Экзамен	1,0	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4	0,3
Подготовка к экзамену.		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Акад. часов				
		Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Организационные типы и структуры.	36	16	8	-	12
1.1	Предмет и метод науки об организационном поведении.	5	2	1	-	2
1.2	Организационная структура: понятие и назначение. Различные подходы к изучению организаций.	9	4	2	-	3
1.3	Ситуативный подход в организационном поведении. Технологический детерминизм. Энвайронменталистский детерминизм. Стратегический выбор.	9	4	2	-	3
1.4	Создание эффективных организаций. Виды организационных структур. Организация как система. Структурные конфигурации. Идеи Г. Минцберга касательно организационной структуры.	13	6	3	-	4
2.	Раздел 2. Человеческий аспект в конструировании и функционировании организаций.	26	12	6	-	8
2.1	Личность человека в организации.	6	3	1	-	2
2.2	Теории мотивации и факторы поведения работников в организации.	7	3	2	-	2
2.3	Формирование группового поведения.	7	3	2	-	2
2.4	Лидерство в организации.	6	3	1	-	2
3.	Раздел 3. Поведение организаций во внешней среде.	10	4	2	-	4
3.1	Организационный маркетинг.	5	2	1	-	2
3.2	Организационное поведение в системе международного бизнеса.	5	2	1	-	2

4.	Подготовка и написание курсовой работы	36				36
	ИТОГО	108	32	16	-	60
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

Очно-заочная форма

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. ч.				
		Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Организационные типы и структуры.	36	8	4	-	24
1.1	Предмет и метод науки об организационном поведении.	6,5	1	0,5	-	5
1.2	Организационная структура: понятие и назначение. Различные подходы к изучению организаций.	9	2	1	-	6
1.3	Ситуативный подход в организационном поведении. Технологический детерминизм. Энвайронменталистский детерминизм. Стратегический выбор.	9	2	1	-	6
1.4	Создание эффективных организаций. Виды организационных структур. Организация как система. Структурные конфигурации. Идеи Г. Минцберга касательно организационной структуры.	11,5	3	1,5	-	7

Продолжение таблицы

2.	Раздел 2. Человеческий аспект в конструировании и функционировании организаций.	25	6	3	-	16
2.1	Личность человека в организации.	6	1,5	0,5	-	4
2.2	Теории мотивации и факторы поведения работников в организации.	6,5	1,5	1	-	4
2.3	Формирование группового поведения.	6,5	1,5	1	-	4
2.4	Лидерство в организации.	6	1,5	0,5	-	4
3.	Раздел 3. Поведение организаций во внешней среде.	11	2	1	-	8
3.1	Организационный маркетинг.	5,5	1	0,5	-	4
3.2	Организационное поведение в системе международного бизнеса.	5,5	1	0,5		4
4.	Подготовка и написание курсовой работы	36				36
	ИТОГО	108	16	8	-	84
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Организационные типы и структуры.

1.1. Предмет и метод теории организации и организационного поведения.

Понятие организации и контролируемой деятельности в организации. Потребность в контролируемой деятельности. Общность целей организации и индивидуальных целей членов организации.

Место теории организации и организационного поведения в системе наук: психологии личности, социальной психологии, психологии общения, управления персоналом, теории управления, социологии и др.

Базовые аспекты организационного поведения: определения и понятия, теоретическая основа ОП, роль ОП в управлении организациями. Роль и место знаний, умений и навыков организационного поведения в деятельности менеджера в современных условиях бизнеса. Связь организационного поведения с теориями менеджмента. Классификация школ менеджмента.

1.2. Организационная структура: понятие и назначение. Различные подходы к изучению организаций.

Способы формирования структур, их природа, модификация структур с целью повышения эффективности функционирования организаций. Наиболее значимые модели организационного устройства, выдвинутые теоретиками и практиками организационного управления.

Основные теоретические подходы к исследованиям поведения человека в профессиональной среде: школа научного управления Ф. Тейлора и Ф. Гилберта, административная школа М. Вебера. Идеи и принципы А. Файоля и Л. Урвика относительно эффективности функционирования организаций.

1.3. Ситуационный подход в теории организации. Технологический детерминизм. Энвайронменталистский детерминизм. Стратегический выбор

Видение организации с точки зрения ситуационизма. Идеи ситуационистов о невозможности существования идеальной, универсальной структуры организации. Возможность сосуществования в одной организации элементов бюрократической, современной и супергибкой матричной структуры.

Основные идеи школы технологического детерминизма об определяющей роли технологии при формировании структуры организации. Вывод о том, что различные технологии требуют создания различных структур. Классификация организаций в зависимости от существующих в них технологий. Результаты изучения взаимосвязи между производством, разработкой продукции и маркетингом. Исследование механизма принятия решений управленческим аппаратом организации. Координация действий между членами менеджерского звена. Зависимость возникающих в организациях ситуаций неопределенности от видов технологий.

Энвайронменталистский детерминизм. Исследования Т. Бёрнса и Д. Столкера. Понятия и показатели механистической и органической систем менеджмента, введенные Т. Бёрнсом и Д. Столкером. Выводы этих ученых о том, что в зависимости от условий, организация может переключаться с одной системы на другую, т.к. не существует оптимальной системы управления.

Понятия дифференциации и интеграции. Исследования П. Лоренса и Д. Лорша по определению степени воздействия условий окружающей среды на способность организации разрешать проблему конфликта между дифференциацией и интеграцией.

Связь между внешней средой и структурой организации. Доказательство важности роли окружающей среды организации, а также секторов окружающей среды для ее отделов в определении оптимальной структуры в данных условиях.

Модель классификации окружающих сред Р. Данкана по четырём типам, в соответствии со сложностью и скоростью происходящих в них изменений.

Идеи сторонников стратегического выбора о связи между структурой организации, её технологиями и внешней средой.

1.4. Создание эффективных организаций. Виды организационных структур. Организация как система. Структурные конфигурации. Идеи Г. Минцберга касательно организационной структуры.

Принципы построения оптимальных структур управления. Основные типы организационных структур: линейная, линейно-штабная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, матричная (проектная), их особенности, преимущества и недостатки.

Основные структурные формы: высокая или низкая степень специализации, высокая или плоская структура, узкая или широкая структура, централизованная или децентрализованная, жёсткий или слабый контроль. Виды и функции контроля.

Представление об организации, как об открытой системе. Исследования Э. Триста и К. Бамфорта. Установление взаимозависимости между технологией и социальными потребностями людей. Понятие социотехнической системы.

Идеи Г. Минцберга касательно структуры организации. Четыре составляющих блока организационной структуры.

1. Три основания организации: основные составляющие организации (стратегический апекс, срединная линия, операционное ядро, техноструктура, вспомогательный персонал), координационные механизмы и система потоков.

2. Девять конструктивных параметров: рабочая специализация, формализация поведения, подготовка и внедрение человека в организацию, классификация групп, размер групп, системы планирования и контроля, механизмы связи, вертикальная децентрализация, горизонтальная децентрализация.

3. Четыре ситуативных фактора: возраст и размер, техническая система, внешняя окружающая среда, власть/полномочия.

4. Пять структурных конфигураций: простая структура, механистическая бюрократия, профессиональная бюрократия, дивизиональная структура, адхократия. Описание, условия функционирования и проблемы этих структур.

Основные координационные механизмы, необходимые для функционирования организационных структур.

Основные задачи, стоящие перед создателями организационных структур. Контекстуальные вопросы (сложность производственной деятельности, уровень задействованных технологий, ситуация с наймом и подготовкой персонала, уровень стабильности или нестабильности внешней среды), которые должны быть приняты во внимание при разработке структуры организации.

Раздел 2. Человеческий аспект в конструировании и функционировании организаций.

2.1. Личность человека в организации.

Понятия «человек», «индивид», «личность», «индивидуальность», «работник». Источники различий в характеристиках личности. Основные факторы, влияющие на индивидуальное поведение. Взаимосвязь между индивидуальным восприятием, поведением, установками и ценностями. Процесс восприятия. Сущность, свойства, функции, формирование важнейших установок личности и способы их изменения и их влияние на организационное поведение.

Обзор исследований человеческих факторов труда, т.н. Хоторнские эксперименты, проведённые Э. Мэйо Ф. Рётлисбергером. Основные выводы исследований. Важность изучения человеческих потребностей при создании и эксплуатации организационных структур.

2.2. Теории мотивации и факторы поведения работников в организации.

Обзор теорий мотивации и основных факторов, влияющих на поведение.

Основные показатели, которые могут повлиять на то, что человек понимает как потребность и как он пытается удовлетворить свои потребности. Внутренние и внешние факторы, влияющие на мотивацию к работе. Иерархическая теория потребностей А. Маслоу. Теория потребностей К. Альдерфера.

Социопсихологический подход в менеджменте и теории организации. Теория зрелости и незрелости К. Арджириса. Теории Х и Y Д. МакГрегора.

Факторы, влияющие на удовлетворенность работой по Ф. Герцбергу. Факторы, обуславливающие возникновение чувства наибольшей неудовлетворённости. Двухфакторная теория удовлетворённости (мотивационно-гигиеническая теория Ф. Герцберга).

Теория мотивации через достижения по Д. МакКлелланду. Личные цели человека и их связь с возникновением и удовлетворением потребностей, стремлений, импульсов, стимулов. Реакции человека в зависимости от ценности его деятельности и его собственных способностей. Зависимость успеха результата деятельности от ожиданий человека, от типа личности, и от того, насколько предыдущие результаты деятельности подкрепляют ожидания.

2.3. Формирование группового поведения.

Значение группового поведения в деятельности организации. Классификация групп. Теория формирования групп (модель Дж. Хоуманса). Преимущества и недостатки работы в группе.

Особенности влияния группы на деятельность индивида. Факторы, влияющие на групповую сплоченность. Различия формальных и неформальных групп. Характеристика ролей в группе. Взаимодействие человека и группы в организации. Взаимодействие руководителей с неформальными группами.

Методы управления конфликтным поведением индивида, группы. Характеристика межгрупповых конфликтных ситуаций. Причины конфликтов.

2.4. Лидерство в организации.

Сущность и классические исследования лидерства. Функции лидера. Механизмы лидерства.

Особенности формального и неформального лидерства.

Представление о природе власти в организации. Взаимосвязь понятий «власть», «влияние», «полномочия», «лидерство». Источники и типы власти в организации.

Стили работы руководителей. Анализ руководящего стиля по Р. Лайкерту. Модель реализации власти руководителя. Делегирование полномочий как способ укрепления власти руководителя. Механизм участия в управлении.

Раздел 3. Поведение организаций во внешней среде.

3.1. Организационный маркетинг.

Понятие организационного маркетинга и имиджа и управление им. PR и его роль в формировании имиджа. Бренд компании. Этика организации. «Фирменный стиль» организации. Фирменный стиль одежды (дресс-код). Показатели высокого имиджа организации в глазах сотрудников.

3.2. Организационное поведение в системе международного бизнеса.

Ключевые аспекты международной деловой среды. Подготовка к работе на глобальном рынке. Фактор различия в коммуникативных процессах. Поведение транснациональных корпораций.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	
	Знать:				
1	методы и модели построения организаций;	+			
2	методы решения проблем, возникающие при обеспечении функционирования организаций;	+	+		
3	существующие модели и механизмы мотивации индивидов, необходимые при проектировании работы в организации;		+		
4	закономерности осуществления руководства организациями.	+	+	+	
	Уметь:				
5	выявлять причины недостаточной эффективности организаций;	+			
6	самостоятельно решать сложные поведенческие задачи;		+	+	
7	грамотно выстраивать межличностные отношения		+	+	
	Владеть:				
8	навыками подготовки и принятия решений на основе учета мнений членов социальной группы и групповых интересов;		+	+	
9	навыками работы над выполнением принятых решений во взаимодействии с коллективом и партнерами;		+	+	
10	этикой руководства.		+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование УК.	Код и наименование индикатора достижения УК.			
11	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	УК-3.1. Знает и понимает особенности поведения работников предприятий.		+	+
12		УК-3.2. Знает основные типы социальных взаимодействий и социально-психологические критерии эффективности управления коллективом.	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					

	Код и наименование ОПК.	Код и наименование индикатора достижения ОПК.			
13	ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.	ОПК-4.1. Знает теоретические основы организации управления предприятием.	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Определения и понятия, теоретическая основа ОП, роль ОП в управлении организациями. Классификация школ менеджмента.	0,5
2	1	Принципы эффективного функционирования организаций А. Файоля, Л. Урвика, М. Вебера.	0,5
3	1	Ситуативный подход в организационном поведении. Технологический детерминизм. Энвайронменталистский детерминизм.	1
4	1	Связь между внешней средой и структурой организации. Модель классификации окружающих сред Р. Данкана.	1
5	1	Виды организационных структур. Создание эффективных организаций.	1
6	1	Организации как системы. Социотехническая система.	1
7	1	Идеи Г. Минцберга касательно структуры организации. Ситуативные факторы в структуре организации. Организация как система потоков.	1
8	1	Конструкционные параметры организации.	1
9	1	Конфигурации организации по Г. Минцбергу.	1
10	2	Личность человека в организации.	1
11	2	Теории мотивации и основные факторы, влияющие на поведение человека в организации.	1
12	2	Групповое поведение. Классификация групп. Особенности влияния группы на деятельность индивида.	1
13	2	Методы управления конфликтным поведением индивида, группы. Причины конфликтов.	1
14	2	Лидерство в организации. Функции лидера. Механизмы лидерства.	1
15	2	Власть в организации. Стили работы руководителей. Механизм участия в управлении.	1
16	3	Организационный маркетинг. Имидж организации. «Фирменный стиль» организации. Этика организации.	0,5
17	3	Организационное поведение в системе международного бизнеса. Ключевые аспекты международной деловой среды.	1
18	3	Подготовка к работе на глобальном рынке. Поведение транснациональных корпораций.	0,5

Очно-заочная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Определения и понятия, теоретическая основа ОП, роль ОП в управлении организациями. Классификация школ менеджмента.	0,2
2	1	Принципы эффективного функционирования организаций А. Файоля, Л. Урвика, М. Вебера.	0,5
3	1	Ситуативный подход в организационном поведении. Технологический детерминизм. Энвайронменталистский детерминизм.	0,5
4	1	Связь между внешней средой и структурой организации. Модель классификации окружающих сред Р. Данкана.	0,5
5	1	Виды организационных структур. Создание эффективных организаций.	0,5
6	1	Организации как системы. Социотехническая система.	0,2
7	1	Идеи Г. Минцберга касательно структуры организации. Ситуативные факторы в структуре организации. Организация как система потоков.	0,6
8	1	Конструкционные параметры организации.	0,5
9	1	Конфигурации организации по Г. Минцбергу.	0,5
10	2	Личность человека в организации.	0,5
11	2	Теории мотивации и основные факторы, влияющие на поведение человека в организации.	0,5
12	2	Групповое поведение. Классификация групп. Особенности влияния группы на деятельность индивида.	0,5
13	2	Методы управления конфликтным поведением индивида, группы. Причины конфликтов.	0,5
14	2	Лидерство в организации. Функции лидера. Механизмы лидерства.	0,5
15	2	Власть в организации. Стили работы руководителей. Механизм участия в управлении.	0,5
16	3	Организационный маркетинг. Имидж организации. «Фирменный стиль» организации. Этика организации.	0,2
17	3	Организационное поведение в системе международного бизнеса. Ключевые аспекты международной деловой среды.	0,5
18	3	Подготовка к работе на глобальном рынке. Поведение транснациональных корпораций.	0,3

6.2. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Рабочей программой дисциплины **«Теория организации и организационное поведение»** предусмотрена самостоятельная работа студента бакалавриата в объеме 60 часов в 4 семестре плюс 36 часов - подготовка к **экзамену** по очной форме обучения и в объеме 84 часа в 6 семестре плюс 36 часов - подготовка к **экзамену** по очно-заочной форме обучения. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала и подготовку к выполнению контрольных работ по разделам курса;
- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, и работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, РИНЦ;
- написание курсовой работы по теме: «Анализ организационной структуры предприятия (организации)»;
- посещение отраслевых выставок, семинаров, конференций различного уровня;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике курса;
- подготовку к сдаче **экзамена** по курсу.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в учебной программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 30 баллов), выполнение курсовой работы (максимальная оценка 30 баллов), и итогового контроля в форме **экзамена** (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика курсовой работы.

1. В рамках освоения дисциплины предусмотрено выполнение курсовой работы по теме: «Анализ организационной структуры предприятия (организации)». Организацию студент выбирает самостоятельно. Максимальная оценка за курсовую работу – 30 баллов.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы (по одной контрольной работе по каждому разделу). Максимальная оценка за контрольные работы составляет по 10 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 5 вопросов, по 2 балла за вопрос.

Вариант № 1.1

1. Дайте определение организации.
2. Принцип Л. Урвика «Цель». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
3. Группа I по шкале технологической сложности Дж. Вудворд - производство маленьких партий продукции и штучных изделий. Какие категории входят в эту группу? Описать и привести примеры.
4. Линейная структура. Изобразите принципиальную схему. Опишите преимущества и недостатки такой структуры. Приведите примеры организаций.
5. Организация как система потоков. Какие потоки существуют в организации и для чего они необходимы?

Вариант № 1.2

1. Дайте определение организационного поведения.
2. Принцип Л. Урвика «Специализация». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
3. Группа II по шкале технологической сложности Дж. Вудворд - Большие партии продукции и массовое производство. Какие категории входят в эту группу? Описать и привести примеры.
4. Линейно-штабная структура. Изобразите принципиальную схему. Опишите преимущества и недостатки такой структуры. Приведите примеры организаций.
5. Что характеризуют такие конструкционные параметры, как «Рабочая специализация», «Формализация поведения» и «Подготовка и внедрение»?

Вариант № 1.3

1. Опишите миссию и цели выбранной Вами организации.
2. Принцип Л. Урвика «Координация». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
3. Группа III по шкале технологической сложности Дж. Вудворд - Непрерывное производство. Какие категории входят в эту группу? Описать и привести примеры.
4. Линейно-функциональная структура. Изобразите принципиальную схему. Опишите преимущества и недостатки такой структуры. Приведите примеры организаций.
5. Классификация групп. Какие типы группирования возможны в организации?

Вариант № 1.4

1. Связь науки об организационном поведении с другими науками. Перечислить и пояснить.
2. Принцип Л. Урвика «Чёткость». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
3. Опишите взаимосвязь между разработкой продукции, производством и маркетингом, характерную для штучного производства.
4. Дивизиональная структура с продуктовой специализацией. Изобразите принципиальную схему. Опишите преимущества и недостатки такой структуры. Приведите примеры организаций.
5. Какие механизмы связи существуют в организации? Чем они характеризуются?

Вариант № 1.5

1. Принцип А. Файоля «Разделение труда». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
2. Принцип Л. Урвика «Власть». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.

3. Опишите взаимосвязь между разработкой продукции, производством и маркетингом характерную для массового производства.
4. Матричная (проектная) структура. Изобразите принципиальную схему. Опишите преимущества и недостатки такой структуры. Приведите примеры организаций.
5. Четыре основных ситуационных фактора. Как возраст и размер организации влияют на ее структуру?

Вариант № 1.6

1. Принцип А. Файоля «Власть». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
2. Принцип Л. Урвика «Ответственность». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
3. Опишите взаимосвязь между разработкой продукции, производством и маркетингом характерную для непрерывного производства.
4. Структурная конфигурация «Простая структура» по Г. Минцбергу. Опишите основные признаки. Приведите примеры организаций.
5. Что такое техническая система организации? Как сложность технической системы влияет на структуру организации?

Вариант № 1.7

1. Принцип А. Файоля «Единоначалие». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
2. Принцип Л. Урвика «Соответствие». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
3. Опишите четырехсекторную модель Р. Данкана. Сектор I. Низкая степень неопределённости, простая и стабильная окружающая среда. Какие характеристики имеют организации, находящиеся в этом секторе? Приведите примеры.
4. Структурная конфигурация «Машинная бюрократия» по Г. Минцбергу. Опишите основные признаки. Приведите примеры организаций.
5. Типы окружающих сред по Г. Минцбергу. Какой будет базовая структура организации в зависимости от типа окружающей среды? Привести примеры.

Вариант № 1.8

1. Принцип А. Файоля «Скалярная цепь». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
2. Признак бюрократии по М. Веберу «Рабочие места существуют сами по себе...». Продолжить определение и пояснить на примере выбранной организации.
3. Группа II по шкале технологической сложности Дж. Вудворд - Большие партии продукции и массовое производство. Какие категории входят в эту группу? Описать и привести примеры.
4. Линейная структура. Изобразите принципиальную схему. Опишите преимущества и недостатки такой структуры. Приведите примеры организаций.
5. Высокая структура организации. Приведите принципиальную схему. Опишите достоинства и недостатки.

Вариант № 1.9

1. Принцип А. Файоля «Порядок». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
2. Что включает понятие контролируемой деятельности?
3. Группа III по шкале технологической сложности Дж. Вудворд - Непрерывное производство. Какие категории входят в эту группу? Описать и привести примеры.

4. Линейно-штабная структура. Изобразите принципиальную схему. Опишите преимущества и недостатки такой структуры. Приведите примеры организаций.
5. Плоская структура организации. Приведите принципиальную схему. Опишите достоинства и недостатки.

Вариант № 1.10

1. Принцип А. Файоля «Справедливость». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
2. Признак бюрократии по М. Веберу «Формальные правила и предписания». Дать определение и пояснить на примере выбранной организации.
3. Опишите взаимосвязь между разработкой продукции, производством и маркетингом, характерную для штучного производства.
4. Линейно-функциональная структура. Изобразите принципиальную схему. Опишите преимущества и недостатки такой структуры. Приведите примеры организаций.
5. Каковы функции контроля?

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 3 вопроса, 1 вопрос – 4 балла, 2 и 3 – по 3 балла за вопрос.

Вариант № 2.1

1. Школа человеческих отношений Э. Мэйо. Основные идеи.
2. Ключевые аспекты, характеризующие работающую личность. Какими способами работающий воспринимается человеком другими людьми? Что такое психометрия?
3. Дайте определения лидера и лидерства. В чем состоят различия между лидером и руководителем согласно Б.Д. Парыгину?

Вариант № 2.2

1. Основные цели и суть Хоторнских экспериментов.
2. Физические показатели человека. Каким образом пол влияет на то, какой тип поведения будут ожидать от человека при приеме на работу?
3. Какие существуют типы лидерства?

Вариант № 2.3

1. Основные выводы Хоторнских исследований.
2. Физические показатели человека. Каким образом этническая принадлежность влияет на то, какой тип поведения будут ожидать от человека при приеме на работу?
3. Опишите демократический (коллегиальный) стиль руководства, его преимущества и недостатки.

Вариант № 2.4

1. Дать определение формальной и неформальной группы. В чем заключается положительное влияние неформальных групп на деятельность индивидов в организации.
2. Что такое способности человека? Какие существуют виды способностей? Что такое склонности и таланты.
3. Опишите стили (системы) руководства по Р. Лайкерту.

Вариант № 2.5

1. Дать определение формальной и неформальной группы. В чем заключается отрицательное влияние неформальных групп на деятельность индивидов в организации?

2. Методы измерения человеческих способностей. Какие тесты могут использоваться для измерения человеческих способностей при приеме на работу?
3. Классификация лидеров в зависимости от их восприятия группой.

Вариант № 2.6

1. Перечислите потребности человека, и объясните их суть в соответствии с теорией иерархии потребностей А. Маслоу.
2. Что такое личность? Какие условия необходимо принять для понимания человеческого поведения?
3. Функции лидера по отношению к внешней сфере жизни группы.

Вариант № 2.7

1. Теория мотивации (потребностей) К. Альдерфера. Какие существуют типы потребностей согласно этой теории?
2. Ключевые аспекты, характеризующие работающую личность. Какими способами работающий воспринимается человек другими людьми? Что такое психометрия?
3. Основные теории эффективного лидерства.

Вариант № 2.8

1. Опишите принципы связи между удовлетворением потребностей и их активизацией согласно теории К. Альдерфера.
2. Физические показатели человека. Каким образом пол влияет на то, какой тип поведения будут ожидать от человека при приеме на работу?
3. Дайте определения лидера и лидерства. В чем состоят различия между лидером и руководителем согласно Б.Д. Парыгину?

Вариант № 2.9

1. Теория зрелости и незрелости К. Арджириса. Основные постулаты.
2. Физические показатели человека. Каким образом возраст влияет на то, какой тип поведения будут ожидать от человека при приеме на работу?
3. Какие существуют типы лидерства?

Вариант № 2.10

1. Перечислите основные постулаты теории Х и теории Y Д. Макгрегора.
2. Физические показатели человека. Каким образом физический размер влияет на то, какой тип поведения будут ожидать от человека при приеме на работу?
3. Опишите демократический (коллегиальный) стиль руководства, его преимущества и недостатки.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 3 вопроса, 1 и 2 вопрос - по 3 балла за вопрос, 3 вопрос – 4 балла.

Вариант № 3.1

1. Понятие организационного маркетинга. Направления формирования организационного маркетинга.
2. Этика организации. Понятия этики и морали.
3. Понятие международного менеджмента. Какие задачи стоят перед организацией при выходе на международный рынок?

Вариант № 3.2

1. Опишите типы поведения организаций по отношению к клиенту согласно Ю.Д. Красовскому. Чем характеризуется каждый тип поведения?
2. Критерии социальной ответственности. Экономическая ответственность.

3. Какие трудности может испытывать организация при выходе на международный рынок? Опишите возможные ошибки брендинга.

Вариант № 3.3

1. Что такое имидж организации? От чего и от кого он зависит?
2. Критерии социальной ответственности. Юридическая ответственность.
3. Опишите ключевые факторы международной среды, которые необходимо учитывать организации при выходе на международный рынок.

Вариант № 3.4

1. Задачи, стоящие перед организацией при формировании своего имиджа.
2. Критерии социальной ответственности. Этическая ответственность.
3. Что такое экономическая среда? Какие факторы она включает?

Вариант № 3.5

1. Этапы формирования имиджа организации.
2. Критерии социальной ответственности. Дискреционная ответственность.
3. Опишите важнейшие законодательно-политические факторы, влияющие на международный бизнес.

Вариант № 3.6

1. Что такое фирменный стиль организации? Опишите функции фирменного стиля.
2. Преимущества социально ответственной стратегии организации.
3. Какие факторы включает в себя национальная культура?

Вариант № 3.7

1. Какие элементы фирменного стиля используются для идентификации компании?
2. Недостатки социально ответственной стратегии организации.
3. Независимые переменные, определяющих различия национальных культур по Г. Хофстеде. Дистанцированность от власти.

Вариант № 3.8

1. Как фирменный стиль используется для дифференциации компании на рынке?
2. Три колонны – опоры этической организации. Какие качества работников подразумевает колонна «Нравственные индивидуумы»?
3. Независимые переменные, определяющих различия национальных культур по Г. Хофстеде. Индивидуализм и коллективизм.

Вариант № 3.9

1. Как фирменный стиль помогает решить проблему формирования и поддержания имиджа компании?
2. Три колонны – опоры этической организации. Какие качества руководителей подразумевает колонна «Нравственное руководство»?
3. Независимые переменные, определяющих различия национальных культур по Г. Хофстеде. Напористость.

Вариант № 3.10

1. Опишите возможные элементы фирменного стиля компании. На каких носителях они могут быть изображены?
2. Три колонны – опоры этической организации. Наличие каких характеристик и структур подразумевает колонна «Организационные структуры и системы» в организациях?

3. Независимые переменные, определяющих различия национальных культур по Г. Хофстеде. Избегание неопределённости.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (4 семестр – экзамен для очной формы обучения, 6 семестр – экзамен для очно-заочной формы обучения).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по разделам 1, 2 и 3 рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса.

1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

1. Определение термина «организационное поведение». Основное назначение и задачи организационного поведения. На стыке с какими науками находится организационное поведение? Какие вопросы и темы исследования этих наук включает в себя организационное поведение?

2. Определение организации и ее основные характеристики. Что такое контролируемая деятельность? Что такое организационная структура и каковы ее функции? Привести схему по Г. Минцбергу.

3. Классификация школ менеджмента, изучавших организационные структуры. Основные идеи и представители этих школ.

4. Классическая школа менеджмента. Принципы А. Файоля.

5. Ситуационный подход в понимании организационных структур. Основные идеи школы технологического детерминизма.

6. Школа технологического детерминизма (основные идеи). Исследования Дж. Вудворд.

7. Шкала технологической сложности Основные группы и категории производств по Дж. Вудворд.

8. Школа энвайронменталистского детерминизма. Механистическая и органическая системы менеджмента, их характеристики (по Т. Бернсу и Дж. Столкеру). Основные отличия от школы технологического детерминизма.

9. Классификация окружающих сред согласно теории Р. Данкана. Описать четырехсекторную модель и привести примеры организаций, функционирующих в разных средах.

10. Перечислить основные типы организационных структур. Дать описание линейной структуры, указать преимущества и недостатки, привести блок-схему.

11. Перечислить основные структурные формы организации. Высокая структура. Указать характеристики, преимущества и недостатки. Привести принципиальную схему.

12. Определение централизованной и децентрализованной структуры. Каким организациям подходит та или иная форма?

13. Что такое четыре структурных блока организации по Г. Минцбергу? Какие характеристики оргструктуры входят в каждый блок?

14. Основные части организации. Привести описание и предназначение каждой части и принципиальную схему по Г. Минцбергу.

15. Основные координационные механизмы по Г. Минцбергу.

16. Основные характеристики окружающих сред по Г. Минцбергу.

17. Структурные конфигурации по Г. Минцбергу. Основные характеристики и описание простой структуры. Привести примеры организаций и принципиальную схему.

18. Основные выводы Хоторнских исследований.

19. Определение формальных и неформальных групп. Положительное и отрицательное влияние неформальных групп.

20. Теория иерархии потребностей А. Маслоу. Типы человеческих потребностей.

21. Социопсихологический подход к менеджменту. Теория зрелости и незрелости К. Арджириса.

22. Социопсихологический подход к менеджменту. Мотивационно-гигиеническая теория Ф. Герцберга.
23. Какими основными способами воспринимается работающий человек другими людьми? Каким образом физические показатели человека (возраст, пол, раса, размеры) могут повлиять на то, как будут его оценивать менеджеры при приеме на работу?
24. Теория личности Ганса Юргена Айзенка. Определение личности. Основные общие измерения личности. Четыре альтернативных типа личности.
25. Определение лидера. Типы лидерства. Стили лидерства. Преимущества и недостатки разных стилей.
26. Стили руководства по Р. Лайкерту.
27. Понятие организационного маркетинга. Направления формирования поведенческого маркетинга.
28. Понятие фирменного (корпоративного) стиля, его функции. Основные элементы фирменного стиля.
29. Этика организации. Понятия этики и морали.
30. Какие аспекты включает в себя всеобщая корпоративная социальная ответственность организации перед обществом?

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (4 семестр для очной формы обучения, 6 семестр для очно-заочной формы обучения).

Экзамен по дисциплине **«Теория организации и организационное поведение»** проводится в 4 семестре для очной формы обучения, 6 семестре для очно-заочной формы обучения и включает контрольные вопросы по разделам 1,2 и 3 рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 вопросов, относящихся к указанным разделам.

Пример билета для **экзамена**:

«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) _____ <u>Д.С. Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) «___» _____ 2023 г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации»
Теория организации и организационное поведение	
Билет № 1	
- Основные части организации. Привести описание и предназначение каждой части, и принципиальную схему по Г. Минцбергу. - Понятие международного менеджмента. Какие задачи стоят перед организацией при выходе на международный рынок? Какие трудности она может испытывать?	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Фролов, Ю. В. Теория организации и организационное поведение. Методология организации : учебное пособие для вузов / Ю. В. Фролов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 116 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09522-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491862>

Б. Дополнительная литература

1. Попова, Е. П. Теория организации : учебник и практикум для вузов / Е. П. Попова, К. В. Решетникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00766-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488962>

2. Спивак, В. А. Организационное поведение : учебное пособие для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03535-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488722>

3. Спивак, В. А. Организационное поведение : учебное пособие для вузов / В. А. Спивак. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03535-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488722>

4. Выполнение курсовой работы по организационному поведению. Методические рекомендации / сост. В.М. Хачатурова. — М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2012. — 36 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению курсовой работы.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736.
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627.
- Журнал «Менеджмент в России и за рубежом». ISSN: 1028-5857.
- Журнал «Кадры предприятия». ISSN:1814-8468.
- Журнал «Человеческий капитал и профессиональное образование».ISSN: 2226-9177.
- Журнал «Экономика развития». ISSN:1683-1942.
- Журнал «Справочник по управлению персоналом». ISSN: 1727-1029.
- Журнал «Вестник Академии права и Управления». ISSN: 2074-9201.
- Журнал «Акционерное общество: Вопросы корпоративного управления». ISSN:1726-9059.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- Министерство труда и социальной защиты: <https://rosmintrud.ru>
- Федеральная служба по труду и занятости - <http://rostrud.ru>
- Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/>
- Сообщество HR-менеджеров: <http://hr-portal.ru>
- Электронный журнал «Справочник по управлению персоналом»: <https://e.uprpersonal.ru>
- Сайт инвестиционной компании «Финам»: <http://www.finam.ru/>

- Справочно-правовая система «Гарант» <http://www.garant.ru>
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 7, (общее число слайдов – 380);
- банк контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 115);
- банк вопросов для итогового контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 65).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы

		контроля и оценки
Раздел 1. Организационные типы и структуры	<i>Знает:</i> основные вопросы организационного структурирования; типы организационных структур. Факторы, влияющие на форму организационных структур; классификацию организаций в зависимости от существующих в них технологий; связь между внешней средой и структурой организации. <i>Умеет:</i> выявлять различия в структурных и др. организационных факторах; определять основные координационные механизмы, необходимые для функционирования организационных структур. <i>Владеет:</i> понятийным аппаратом; навыками определения типа организационной структуры.	Оценка за контрольную работу (4 и 6 семестры)
Раздел 2. Человеческий аспект в конструировании и функционировании организаций	<i>Знает:</i> основы человеческого поведения; механизмы мотивации индивидов, существующие модели мотивации, методы их использования при проектировании работы в организации; закономерности осуществления руководства организациями. <i>Умеет:</i> самостоятельно решать сложные поведенческие задачи; выявлять причины недостаточной результативности организации; грамотно выстраивать межличностные отношения. <i>Владеет:</i> комплексом основных навыков для разрешения конфликтов; навыками подготовки и принятия решений на основе учета мнений членов социальной группы и групповых решений; этикой руководства.	Оценка за контрольную работу (4 и 6 семестры)
Раздел 3. Поведение организаций во внешней среде	<i>Знает:</i> способы формирования корпоративного имиджа; основы межкультурных отношений в менеджменте; ключевые факторы международной среды. <i>Умеет:</i>	Оценка за контрольную работу (4 и 6 семестры)

	анализировать внешнюю среду организации. <i>Владеет:</i> методами формирования и поддержания этичного климата в организации.	Оценка за курсовую работу (4 и 6 семестры) Оценка на экзамене (4 и 6 семестры)

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Теория организации и организационное поведение»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

« Маркетинг и рыночная аналитика »
наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление качеством»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль – «Маркетинг и рыночная аналитика»

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена кафедрой инновационных материалов и защиты от коррозии
Разработчик программы - доцент кафедры, к.т.н. Х.А.Невмятуллина

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 «Менеджмент»** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **инновационных материалов и защиты от коррозии** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина **«Управление качеством»** относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области ...

Цель дисциплины – формирование у студента современного взгляда на качество как объекта управления, обучение концептуальным основам и методологии управления качеством с учетом философии всеобщего управления качеством (TQM).

Задачи дисциплины –

- изучение современных теоретических положений, терминологии и тенденций развития в области управления качеством
- формирование систематизированных знаний и практических навыков в области управления качеством

Дисциплина **«Управление качеством»** преподается в 6 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**:

Универсальные компетенции

Программа бакалавриата должна устанавливать следующие универсальные компетенции

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Индикаторы
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.2. Умеет использовать знания основ экономики при принятии обоснованных решений в различных областях деятельности

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда.	ПК-6.2 Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или
Формирование организационной и управленческой структуры организаций;	Бизнес-процессы управления в организации			
Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для	08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-			

осуществления
конкретных
проектов, видов
деятельности, работ; аналитической
поддержки
управленческих
решений и консалтинга)

Контроль
деятельности
подразделений,
команд (групп)
работников;

Мотивирование и
стимулирование
персонала
организации,
направленное на
достижение
стратегических и
оперативных целей;

Участие в
урегулировании
организационных
конфликтов на
уровне
подразделения и
рабочей команды
(группы).

		административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс- функционального процесса организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- содержание основных понятий управления качеством;
- показатели качества и методы их оценки (установления);
- структуру и положения стандартов ИСО серии 9000;
- порядок создания и внедрения СМК на предприятии;
- отечественный и зарубежный опыт управления качеством продукции
- основные принципы современного менеджмента качества;

Уметь:

- применять современные методы и модели в процессе управления качеством продукции (товаров и услуг);
- пользоваться нормативной и справочной базой по СМК;
- организовывать работу по обеспечению и повышению качества продукции;

Владеть:

- способностью системного восприятия всех процессов формирования качества;
- навыками документирования процессов СМК организации;
- современными методами и инструментами управления качеством

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа - аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
в том числе в форме практической подготовки	0,89	32	24
Самостоятельная работа:	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа	0,00	0	0
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	60	45
Экзамен	1,00	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	0,01	0,4	0,3
Подготовка к экзамену	0,99	35,6	26,7
Вид итогового контроля:		Экзамен	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Всего	Лекции	Прак. зан.	Практ. Подгот.	Сам. работа
1	Раздел 1. Качество как объект управления. Концепции качества	34	4	10	10	20
1.1	Понятие и сущность категории качество. Показатели качества, их классификация, методы определения.	11	1	4	4	6
1.2	Эволюция концепций качества. Основатели теории менеджмента качества.	12	2	2	2	8
1.3	Основные методы управления качеством	11	1	4	4	6
2	Раздел 2. Системы менеджмента качества	38	6	12	12	20
2.1	Структура систем качества по ИСО 9001-2015.	10	1	4	4	5
2.2	Разработка и функционирование систем качества.	9	2	2	2	5
2.3	Оценка результативности систем качества. Самооценка.	11	2	4	4	5
2.4.	Интегрированные системы менеджмента	8	1	2	2	5
3	Раздел 3. Социальные аспекты управления качеством	36	6	10	10	20
3.2	Мотивация как инструмент управления качеством.	12	2	4	4	6
3.2	Управление качеством в сфере услуг.	12	2	2	2	8
3.3	Управление качеством жизни	12	2	4	4	6
	ИТОГО	108	16	32	32	60

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Качество как объект управления. Концепции качества

1.1. Понятие и сущность категории качество.

Терминология в области менеджмента качества. Понятие «качество». Принципы управления качеством. Факторы, влияющие на качество. Показатели качества продукции.

1.2. Эволюция концепций качества. Основатели теории менеджмента качества. Контроль качества. Обеспечение качества. Управление и планирование качества. Менеджмент качества. Ф. Тейлор, А. Файоль, У. Шухарт, Э. Деминг, Д. Джуран, К. Исикава, Г. Тагути, Ф. Кросби, А. Фейгенбаум.

1.3. Основные методы управления качеством. Метод Кайдзен, метод 6 сигм, метод 5 S, метод Poka-Yoke, метод Just In Time, метод Канбан, реинжиниринг, бенчмаркинг. Бережливое производство. Премии по качеству.

Раздел 2. Системы менеджмента качества

2.1. Структура систем качества по ИСО 9001-2015. Стандарты ИСО серии 9000 и 10000. Концепция риск-ориентированного мышления. Цикл Деминга. Основные элементы СМК: планирование качества, лидерство, обеспечение деятельности, процессы жизненного цикла продукции, оценка результатов и улучшение.

2.2. Разработка и функционирование систем качества. Основные этапы разработки СМК. График Гантта. Матрица ответственности. Внутренний аудит СМК. Документирование процессов СМК. Сертификация систем качества.

2.3. Оценка результативности систем качества. Самооценка. Показатели качества процессов. Алгоритм определения значения результативности и его интерпретация. Понятие самооценки. Самооценка на основе премий по качеству. Процедура самооценки по стандартам. Визуализация результатов самооценки. Мероприятия по улучшению качества и совершенствованию СМК.

2.4. Интегрированные системы менеджмента. Взаимосвязь общего менеджмента и менеджмента качества. Системы менеджмента согласно стандартам ИСО 14000, 22000. Стандарты OHSAS 18000. Значение интегрированных систем менеджмента в современной экономике. Служба качества и её место в структуре предприятия.

Раздел 3. Социальные аспекты управления качеством

3.1. Мотивация как инструмент управления качеством. Вовлечение персонала. Иерархия потребностей Маслоу. Роль корпоративной культуры в повышении качества, методы ее оценки.

3.2. Управление качеством в сфере услуг. Основные свойства и виды услуг. Критерии качества услуг. Методы оценки качества услуг. Защита прав потребителей.

3.3. Управление качеством жизни. Показатели качества жизни. Локальные и интегральные индикаторы качества жизни. Роль повышения качества жизни в устойчивом развитии общества

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:				
1	- содержание основных понятий управления качеством;		+		
2	- показатели качества и методы их оценки (установления);		+		
3	- отечественный и зарубежный опыт управления качеством продукции основные принципы современного менеджмента качества;		+		+
4	- структуру и положения стандартов ИСО серии 9000;			+	
	Уметь:				
5	- применять современные методы и модели в процессе управления качеством продукции (товаров и услуг);			+	+
6	- пользоваться нормативной и справочной базой по СМК;			+	+
7	- организовывать работу по обеспечению и повышению качества продукции;			+	+
	Владеть:				
8	- способностью системного восприятия всех процессов формирования качества;		+		
9	- навыками документирования процессов СМК организации;			+	
10	- современными методами и инструментами управления качеством.			+	+
	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <i>компетенции и индикаторы их достижения:</i>				
	Код и наименование компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенций			
11	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-10.2. Умеет использовать знания основ экономики при принятии обоснованных решений в различных областях деятельности	+	+	+

12	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товаров и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда.	ПК-6,2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Раздел	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Качество как объект управления. Концепции качества	10
1.1	Номенклатура показателей качества различных видов продукции и методы их определения.	4
1.2	Основные положения концепций качества Ф. Тейлора, Э. Деминга, Дж. Джурана, А. Фейгенбаума.	2
1.3	Основные инструменты бережливого производства	4
2	Раздел 2. Системы менеджмента качества	12
2.1	Лидерство как элемент СМК. Портрет современного руководителя. Стили руководства.	4
2.2	Разработка плана создания системы качества.	2
2.3	Расчет результативности систем качества.	4
2.4.	Разработка документации интегрированной системы менеджмента	2
3	Раздел 3. Социальные аспекты управления качеством	10
3.2	Оценка деловой репутации по ГОСТ Р 66.0.01-2017.	4
3.2	Системы качества образовательной организации	2
3.3	Методика оценки эффективности управления качеством жизни	4
	Всего часов	32

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала, подготовку к выполнению практических и лабораторных работ по разделам дисциплины;
- ознакомление и проработку рекомендованной литературы;
- подготовку к сдаче экзамена по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 40 баллов), написание реферата (максимальная оценка 20 баллов) и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ:

- 1 Фредерик Тейлор — основоположник менеджмента качества.
- 2 Философские аспекты качества.
- 3 Антропологические аспекты менеджмента качества.
- 4 Контрольные карты Шухарта — инструмент управления качеством.
- 5 Диаграмма Исикавы — инструмент управления качеством.
- 6 Управление качеством продукции методом Генити Тагути.
- 7 Вклад Эдварда Деминга в развитие современного менеджмента качества.
- 8 10 принципов менеджмента качества Джека Уэлча.
- 9 «Колесо фортуны» Дж. Харрингтона.
- 10 Петля качества Джозефа Джурана.
- 11 Классификация затрат на качество Арманда Фейгенбаума.
- 12 Концепция ZD («ноль дефектов») Филиппа Кросби.
- 13 «6 сигм» Билла Смита.
- 14 «Трудовые установки» А.К. Гастева и система «5S».
- 15 Взгляды Ф.Тейлора и А.К. Гастева на роль персонала в управлении качеством.
- 16 Политика в области качества (на примере конкретного предприятия).
- 17 Система «20 ключей» и ее применение в системах менеджмента качества предприятий.
- 18 Метод «Галстук бабочка» и его применение при анализе причин дефектной продукции.
- 19 Реинжиниринг процессов в химической отрасли.
- 20 Разработка проекта Руководства по качеству (на примере предприятия).
- 21 Техническое регулирование бережливого производства.
- 22 Возможности применения концепции бережливого производства на химическом предприятии.
- 23 Зарубежные премии по качеству.
24. Маркетинговые исследования как метод оценки качества.
25. Органолептический и сенсорный анализ качества.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 2 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы 1 и 2 (6 семестр) составляет 20 баллов за каждую.

Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Билет 1

1. Содержание принципа TQM: «Ориентация на потребителя».
2. Назначение систем менеджмента по стандарту ИСО 22000.

Билет 2

1. Порядок сертификации систем качества
2. Расчет результативности СМК.

Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Билет 1

1. Мотивация в менеджменте качества.
2. Виды услуг и показатели их качества

Билет 2

1. Качество как социально-экономическая категория. Содержание понятия «качество жизни».
2. Управленческая решетка Блейка-Моутон

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (6 семестр –экзамен).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по разделам 1, 2 и 3 рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины.

1. Понятие качества. Цепочка качества. Факторы, влияющие на качество.
2. Принципы управления качеством.
3. Показатели качества. Методы определения показателей качества.
4. Этапы развития концепций качества. Система Тейлора.
5. Этапы развития концепций качества. Обеспечение качества. Статистические методы в управлении качеством.
6. Этапы развития концепций качества. Управление качеством. Цикл Деминга-Шухарта. 14 принципов Э. Деминга.
7. Концепция TQM, ее основные принципы.
8. Миссия, цели и видение организации. Политика в области качества.
9. Структуры управления организацией. Линейная и матричная структуры.
10. Структуры управления организацией. Функциональная и дивизиональная структуры.

11. Основные стили управления. Управленческая решетка Блейка-Моутон.
12. Современные методы менеджмента качества: метод Канбан, метод 5 S.
13. Непрерывное повышение качества. Кайзен.
14. Матрица ответственности, назначение преимущества использования.
15. Мотивация персонала как инструмент управления качеством. Основные методы мотивации.
16. Мотивация персонала как инструмент управления качеством. Факторы мотивации.
17. Качество как социально-экономическая категория. Содержание понятия «качество жизни».
18. «Петля качества».
19. Определение и классификация нематериальных активов. Виды интеллектуальной собственности. Защита торговой марки.
20. Значение корпоративной культуры в менеджменте организации.
21. Антикризисное управление деловой репутацией.
22. Виды услуг, оценка их качества.
23. Качество жизни и пирамида потребностей.
24. Качество жизни населения. Индикаторы и показатели.
25. Содержание принципа TQM: «Ориентация на потребителя».
26. Содержание принципа TQM: «Лидерство руководителей» и «Вовлеченность всех работников».
27. Содержание принципа TQM: «Постоянное улучшение».
28. Содержание принципа TQM: «Принятие решений, основанное на фактах» и «Взаимовыгодные отношения с поставщиками».
29. Основные документы СМК.
30. Правовое обеспечение качества. Закон о защите прав потребителей.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (6 семестр).

Экзамен по дисциплине «Управление качеством» проводится в 6 семестре и включает контрольные вопросы по разделам 1, 2 и 3 рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 вопросов, относящихся к указанным разделам

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» _____ (Должность, наименование кафедры) _____ (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 20__ г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра инновационных материалов и защиты от коррозии.
	Направление подготовки бакалавров 38.03.02 «Менеджмент» Профиль – «Менеджмент организации»
	Дисциплина «Управление качеством»
Билет № 1 1. Показатели качества. Методы определения показателей качества 2. Концепция TQM, ее основные принципы.	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

Учебные пособия

1. Зекунов, А. Г. Управление качеством: учебник для бакалавров / А. Г. Зекунов. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 475 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-2281-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425159> (дата обращения: 09.05.2023).
2. Васин, С. Г. Управление качеством. Всеобщий подход: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. Г. Васин. — Москва: Издательство Юрайт, 2017. — 404 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3739-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/403615> (дата обращения: 09.05.2023).
3. Леонов О.А., Темасова Г.Н., Вергазова Ю.Г. Управление качеством. Издательство "Лань". 2019. 180 с.

Б. Дополнительная литература

- Хачатуров А.Е., Куликов Ю.А. Основы менеджмента качества: Учеб. пособие. — М.: Изд-во "Дело и сервис", 2003. - 304 с.
- Нормативные документы
1. ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь.
 2. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования.
 3. ГОСТ Р ИСО 9004-2001 Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности.
 4. ГОСТ 15467-79. Управление качеством продукции. Основные понятия. Термины и определения (с Изменением N 1)
 5. Закон РФ «О защите прав потребителей» ФЗ N 2300-1 от 07.02.1992.
 6. ГОСТ Р ИСО 10014-2008 Руководящие указания по достижению экономического эффекта в системе менеджмента качества.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Научно-технические журналы:

1. Компетентность. ISSN 1993-8780
2. Сертификация. ISSN 2219-0856
3. Методы менеджмента качества. ISSN: 2542-0437
4. Стандарты и качество. ISSN 0038-9692.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет

– [http:// gost.ru](http://gost.ru)

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 60).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз. Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Управление качеством*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью.

.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплект презентаций к лекционным курсам.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры, укомплектованные проигрывателями CD и DVD, принтерами и программными средствами, проекторы, экраны; аудитории со стационарными комплексами отображения информации с любого электронного носителя; WEB-камеры; цифровой фотоаппарат; копировальные аппараты; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплинам вариативной части программы; методические рекомендации к практическим занятиям; раздаточный материал к лекционным курсам; электронные учебные издания по дисциплинам вариативной части, научно-популярные электронные издания.

Электронные образовательные ресурсы: кафедральные библиотеки электронных изданий по дисциплинам вариативной части; электронные презентации к разделам

лекционных курсов; учебно-методические разработки кафедры в электронном виде; буклеты и каталоги оборудования, справочники по сырьевым материалам, справочники по наилучшим доступным технологиям; справочные материалы в печатном и электронном виде.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

Полный перечень лицензионного программного обеспечения представлен в основной образовательной программе.

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Качество как объект управления. Концепции качества	<i>Знает:</i> основные понятия, принципы менеджмента качества, историю развития концепций качества, основных представителей школ качества. <i>Умеет:</i> пользоваться научной литературой и справочной базой по менеджменту качества, проводить поиск по заданной тематике. <i>Владеет:</i> практическими навыками обобщения знаний, анализа информации и структурирования теоретического материала по основам управления качеством.	Оценка за реферат, оценка за экзамен
Раздел 2. Системы менеджмента качества	<i>Знает:</i> структуру и содержание основных нормативных документов по системе качества; процедуру проведения сертификации СМК; <i>Умеет:</i> составлять план по внедрению СМК, формировать матрицу ответственности; <i>Владеет:</i> навыками разработки проектов документов СМК	Оценка за контрольную работу №1, оценка за экзамен
Раздел 3. Социальные аспекты управления качеством	<i>Знает:</i> основные факторы мотивации, специфику управления качеством услуг, правовые основы защиты прав потребителей; <i>Умеет:</i> устанавливать характеристики, определяющие качество, на соответствие нормативной документации; <i>Владеет:</i> методами оценки показателей качества в сфере услуг, навыками поиска информации, необходимой для защиты прав потребителей.	Оценка за контрольную работу №2, оценка за экзамен

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

–Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

–Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

–Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Управление качеством»**

основной образовательной программы

38.03.02 «Менеджмент»

код и наименование направления подготовки (специальности)

Маркетинг и рыночная аналитика

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Управление продуктом»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга факультета управления и гуманитарных наук И.А. Горбуновым

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой Менеджмента и маркетинга РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина **«Управление продуктом»** относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, и рассчитана на изучение в одном семестре. Программа предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики предприятия и маркетинга.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся бакалавриата знаний по использованию знаний, методов и инструментов по созданию, продвижению (коммерциализации) и развитию продуктов (физических и цифровых), которые востребованы потребителями. Данный курс дает будущим специалистам базу для решения актуальных задач в области маркетинга продуктовых направлений, методов принятия решений на этапах жизненного цикла продукта и его продвижения.

Задачи дисциплины:

- подготовка студентов к реализации потребностей потребителя, управлению разработкой продуктов, их продвижения;
- получение знаний в области управления ресурсами, расчетов стоимости продукта, бренда;
- изучение методов и приемов исследований рынков, управления качеством и конкурентоспособностью продукта;
- освоение методов разработки и управления товарными стратегиями продукта, современных технологий продаж и программ продвижения продукта;
- освоение принципов управления и развития проектных команд.

Дисциплина **«Управление продуктом»** преподается в 8-м семестре для очной формы обучения. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность
		УК-2.2. Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели, анализировать и выбирать альтернативные способы решения; оценивать ресурсы и ограничения и соблюдать правовые нормы при достижении профессиональных результатов
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия; принципы лидерства и формирования команды; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности	ПК-2.3. Владеет современными инструментами управления проектами и процессами	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- особенности формирования системы маркетинговых коммуникаций для продвижения новых продукции на рынках;
- особенности процесса разработки и запуска новых продуктов;
- методику интервьюирования представителей целевой аудитории продукта.

Уметь:

- понимать сущность исследований, необходимых для анализа и тестирования рынка для новой продукции развития;
- развивать и масштабировать продукт;
- формировать метрики для управления продуктом
- управлять командой разработки продукта;
- работать с инструментами маркетинговой аналитики.

Владеть:

- навыками в области анализа рыночной информации с точки зрения оценки потребностей клиентов и их требований к разрабатываемой продукции;
- навыками продвижения и управления продуктами на рынке, в том числе установления целей, разработки рекламной кампании, оценки результатов проекта;
- навыками по созданию минимально жизнеспособного продукта (MVP), тестирования его на клиентах для проверки гипотез.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32	24
Лекции	0,44	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,12	112	84
Контактная самостоятельная работа	3,12	0,4	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		111,6	83,7
Вид контроля:			
Экзамен	-	-	-
Контактная работа – промежуточная аттестация	-	-	-
Подготовка к экзамену	-	-	-
Вид итогового контроля:	Зачет с оценкой		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1	Введение в управление продуктом (продакт-менеджмент)	20	2	2	-	16
2	Проектирование нового продукта	28	4	4	-	20
3	Брендинг и управление торговыми марками	20	2	2	-	16
4	Управление качеством и конкурентоспособностью продукта	30	4	4	-	22
5	Разработка и управление товарными стратегиями продукта	26	2	2	-	22
6	Современные технологии продаж и программы продвижения продукта	20	2	2	-	16
	ИТОГО	144	16	16	-	112

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение в управление продуктом (продакт-менеджмент)

Что такое продукт. Товар в системе маркетинга, товар как ключевой элемент комплекса маркетинга. Классификация товаров и услуги особенности управления ими. Понятие жизненного цикла для целого товарного класса, разновидности товара или конкретной марки. Анализ жизненного цикла товарной категории. Особенности стратегии управления товаром на различных этапах его жизненного цикла. Модификация товара и рынка. Роль и навыки продакт-менеджера.

Тема 2. Проектирование нового продукта

Сегментация, таргетинг и позиционирование нового продукта, оценка существующих потребностей, разработка уникального товарного предложения как ключевого атрибута нового продукта, методы концептуализации идей нового продукта. Продуктовая аналитика. Анализ бизнес-процессов и себестоимости. Метрики продукта. Маркетинг: продвижение продукта. Особенности методологии быстрой проверки гипотез - CustDev. Подготовка сценария. Проведение интервью. Создание MVP – разновидности, подходы. Построение CJM. UX: проектируем опыт пользователя.

Тема 3. Брендинг и управление торговыми марками

Бренд: основные термины и определения. Цветовое решение бренда. Понятие, элементы и ценность торговых марок. Роль торговой марки и возможности брендинга. Виды товарных марок. Характеристики лучших торговых марок. Процесс создания новой торговой марки. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров. Анализ успешных кейсов.

Тема 4. Управление качеством и конкурентоспособностью продукта

Понятия «конкурентоспособность товара», «качество товара». Потребительские и экономические показатели конкурентоспособности продукта. Определение конкурентоспособности товара с помощью балльной оценки. Метрики цифрового продукта – Retention, LTV, CAC и др. Метрики роста – DAU, Gross Profit и др. Кагортный анализ. Методика расчета показателей конкурентоспособности продукта. Как отслеживать удовлетворенность клиентов: измерения индексов NPS, CSI, CSAT.

Тема 5. Разработка и управление товарными стратегиями продукта.

Понятие и сущность продуктовой стратегии. Элементы продуктовой стратегии. Дорожная карта (roadmap) и стратегия развития продукта. Изменение продуктовой стратегии в соответствии с жизненным циклом товара. Процессы формирования и исследования потребительских характеристик продуктов. Креатив и механизмы совместного создания потребительской ценности товаров и услуг. Продакт в командных процессах.

Тема 6. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта

Характеристика каналов товародвижения. Маркетплейс как площадка для сбыта нового товара. Продажи в социальных сетях. Креативная реклама как способ продвижения нового товара. Управление каналами поставок. Виды стимулирования продаж.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6
	Знать:						
1	– особенности формирования системы маркетинговых коммуникаций для продвижения новых продукции на рынках	+	+	+	+	+	+
2	– особенности процесса разработки и запуска новых продуктов		+	+		+	+
3	– методику интервьюирования представителей целевой аудитории продукта		+		+	+	+
	Уметь:						
4	– понимать сущность исследований, необходимых для анализа и тестирования рынка для новой продукции развития	+	+		+	+	+
5	– развивать и масштабировать продукт			+	+	+	+
6	– формировать метрики для управления продуктом	+	+	+	+	+	
7	– управлять командой разработки продукта	+	+		+		
8	– работать с инструментами маркетинговой аналитики		+		+	+	+
	Владеть:						
9	– навыками в области анализа рыночной информации с точки зрения оценки потребностей клиентов и их требований к разрабатываемой продукции;		+	+	+	+	+
10	– навыками продвижения и управления продуктами на рынке, в том числе установления целей, разработки рекламной кампании, оценки результатов проекта;			+	+	+	+
11	– навыками по созданию минимально жизнеспособного продукта (MVP), тестирования его на клиентах для проверки гипотез	+	+		+		

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>								
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6
12	– УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	– УК-2.1. Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность	+	+		+	+	
		– УК-2.2. Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели, анализировать и выбирать альтернативные способы решения; оценивать ресурсы и ограничения и соблюдать правовые нормы при достижении профессиональных результатов		+	+	+	+	+
13	– УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	– УК-3.1. Знает основные приемы и нормы социального взаимодействия; принципы лидерства и формирования команды; технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии	+	+		+	+	

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>								
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6
14	– ПК-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности	– ПК-2.3. Владеет современными инструментами управления проектами и процессами	+	+		+	+	

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 1. Введение в управление продуктом (продакт-менеджмент)	Маркетинговая классификация товара и ее цели. Жизненный цикл товарного класса, разновидности товара или конкретной марки. Роль и навыки продакт-менеджера	2
2	Тема 2. Проектирование нового продукта	Методы генерирования идей нового товара. Отбор идей и разработка концепции товара. Создание прототипа товара. Организационные аспекты процессов разработки нового товара	4
3	Тема 3. Брендинг и управление торговыми марками	Соотношение понятий бренд и торговая марка. Персоны-, товары-, компании-, регионы-бренды. Стоимость бренда	2
4	Тема 4. Управление качеством и конкурентоспособностью продукта	Потребительские и экономические показатели конкурентоспособности нового продукта. Метрики цифрового продукта, роста. Методика расчета показателей конкурентоспособности нового продукта. Удовлетворенность клиентов	4
5	Тема 5. Разработка и управление товарными стратегиями продукта	Дорожная карта (roadmap) и стратегия развития продукта. Процессы формирования и исследования потребительских характеристик продуктов.	2
6	Тема 6. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта	Элементы и инструменты маркетинга в интернете. Разработка и управление рекламной кампанией. Управление каналами поставок. Виды стимулирования продаж.	2

6.2. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Рабочей программой дисциплины *«Управление продуктом»* предусмотрена самостоятельная работа студента бакалавриата в объеме 112 академических часов в 8-м семестре, включая практическую подготовку в объеме 16 академических часов. Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;

- подготовку отчета по практической подготовке..

Рекомендуется следующие виды самостоятельной работы:

- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- задания для самостоятельной работы;
- написание рефератов;
- заучивание терминологии;
- решение кейс-заданий;
- работа над тестами.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

Для зачета выполняется практическое задание «Разработка и развитие продукта», в рамках которого необходимо разработать и развить в организованных по 4-5 человек группах студентов (окончательная численность определяется преподавателем) новый продукт и сделать по результатам отчет и презентацию.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за:

- выполнение контрольных работ (максимальная оценка 15 баллов),
- решения кейс-заданий (максимальная оценка 15 баллов),
- прохождение тестов (максимальная оценка 30 баллов);

Контроль освоения дисциплины – зачет с оценкой.

В рамках зачета оценивается выполнение практического задания «Разработка и развитие продукта» (максимальная оценка – 40 баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 5 баллов за каждую.

1. Что такое продукт. Товар в системе маркетинга, товар как ключевой элемент комплекса маркетинга.
2. Классификация товаров и услуги особенности управления ими.
3. Понятие жизненного цикла для целого товарного класса, разновидности товара или конкретной марки.
4. Особенности стратегии управления товаром на различных этапах его жизненного цикла.
5. Сегментация, таргетинг и позиционирование нового продукта.
6. Продуктовая аналитика. Метрики продукта.
7. Особенности методологии быстрой проверки гипотез - CustDev.
8. Создание MVP – разновидности, подходы.
9. Роль торговой марки и возможности брендинга.
10. Процесс создания новой торговой марки.
11. Управление отдельными торговыми марками. Управление ассортиментом марочных товаров.
12. Понятия «конкурентоспособность товара», «качество товара».

13. Потребительские и экономические показатели конкурентоспособности продукта.
14. Метрики цифрового продукта – Retention , LTV, CAC и др.
15. Метрики роста – DAU, Gross Profit и др.
16. Методика расчета показателей конкурентоспособности продукта.
17. Как отслеживать удовлетворенность клиентов: измерения индексов NPS, CSI, CSAT.
18. Понятие и сущность продуктовой стратегии. Элементы продуктовой стратегии.
19. Дорожная карта (roadmap) и стратегия развития продукта.
20. Изменение продуктовой стратегии в соответствии с жизненным циклом товара.
21. Процессы формирования и исследования потребительских характеристик продуктов.
22. Креатив и механизмы совместного создания потребительской ценности товаров и услуг.
23. Маркетплейс как площадка для сбыта нового товара. Продажи в социальных сетях.
24. Креативная реклама как способ продвижения нового товара.
25. Виды стимулирования продаж.

Для текущего контроля предусмотрено разбор 3-х учебных кейсов. Максимальная оценка за разбор учебного кейса составляет 5 баллов за каждый.

Кейс № 1: Технология “Телепорт”

Ты Product Manager в стартапе, который изобрёл технологию «Телепорт». У меня (интервьюера) есть уникальная возможность «надеть маску» любого специалиста (например, аналитика, маркетолога или инженера), но все ключевые решения остаются за тобой. СЕО ожидает от тебя полного плана действий и не может оказать помощь.

Задание:

- 1) Объяснить, зачем и кому нужен этот продукт?
- 2) Какими метриками можно это проверить?
- 3) Описать, какие шаги предпринять, чтобы развить продукт и сделать его успешным.

Кейс может усложняться дополнительными вводными, например: портал имеет размер 2х2 метра или способен телепортировать только людей.

Кейс № 2: Google «Что выбрать?» (МТС)

Представь, что ты работаешь в Google. К тебе приходит инженер с идеей, как ускорить загрузку всех страниц. Реализация займёт минимум год. В то же время у тебя есть исследование, показывающее, что пользователи хотят кастомизированные темы для браузера. Разработчики оценивают внедрение этой функции в 1 месяц.

Задание:

- 1) Определи, какое решение выбрать и обоснуй свой выбор.
- 2) Какие аргументы будешь приводить бизнесу/пользователям/команде?
- 3) Какие ресурсы потребуются для реализации каждой из фич?

После решения первой части – выдаётся вторая: теперь компания решила выйти на рынок Бразилии, поскольку он перспективен, а в США достигнут потолок роста. Однако на бразильском рынке сильная конкуренция.

Задание:

- 1) Опиши свой план вывода продукта на рынок.
- 2) Какие каналы продвижения будешь использовать и почему?
- 3) Как ты думаешь, какие изменения в продукте необходимы для соответствия потребностям бразильским пользователям?

4) Какие проблемы ты видишь и почему?

Кейс № 3: Рост метрики (Яндекс)

Ты работаешь в команде Яндекс.Маркета. Исследования показывают, что многие пользователи покидают корзину, так и не завершая покупку. Наиболее частые причины:

1. Пользователь сравнивает цены и уходит на другие платформы.
2. Недостаточная информация о доставке.
3. Отсутствие доверия к некоторым продавцам.

Текущая цель бизнеса – поднять конверсию конверсию из корзины в завершённые заказы на 15%. Срок для этого: 6 месяцев.

Задание:

- 1) Проанализируй текущий пользовательский путь на Яндекс.Маркете и выявите основные точки, где пользователи покидают корзину.
- 2) Предложи гипотезы для повышения конверсии.
- 3) Выбери одну гипотезу для реализации и обоснуй её.
- 4) Какие метрики будешь отслеживать и почему?
- 5) Как поймёшь, что именно эта гипотеза закроет бизнес цель?
- 6) Как протестируешь гипотезу перед запуском?
- 7) Какие риски связаны с реализацией, и как их можно минимизировать?

Для текущего контроля предусмотрено 2 тестирования. Максимальная оценка за тест составляет 15 баллов за каждый.

Примеры вопросов для реализации тестирования по дисциплине.

1. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:
 - a) Компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации;
 - b) Фирм-производителей товаров потребительского назначения;
 - c) Покупателей, приобретающих товары для личного пользования
2. К каналам личной коммуникации можно отнести:
 - a) Общение одного лица с аудиторией;
 - b) Прямую почтовую рекламу;
 - c) Рекламу по телевидению;
 - d) Печатную рекламу
3. Затраты фирмы на рекламу составляют:
 - a) 1% от суммы продаж;
 - b) 2-10% от суммы продаж;
 - c) 20% от суммы продаж;
 - d) Зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы
4. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:
 - a) Пяти элементов;
 - b) Шести элементов;
 - c) Девяти элементов;
 - d) Трёх элементов
5. К какому критерию сегментированию относится формирование сегмента по составу семьи:
 - a) Географическому;
 - b) Демографическому;
 - c) Поведенческому

d) Психографическому

8.2. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (8 семестр – зачет (очная форма))

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Чернышева, А. М. Управление продуктом : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16619-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560140>;
2. Борискова Л. А. Управление разработкой и внедрением нового продукта: Учебное пособие/Борискова Л.А., Глебова О.В., Гусева И.Б. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2022. - 272 с.

Б. Дополнительная литература

1. Чернышева, А. М. Управление продуктовой политикой : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16620-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561067>;
2. Вольфсон, Б.Л. Гибкое управление проектами и продуктами / Б.Л. Вольфсон. - СПб.: Питер, 2019. - 208 с.
3. Андреева Т. В. Цепочка создания стоимости продукта: формирование и оценка эффективности: Монография /Т.В. Андреева. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. – 170 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Журналы:

- Журнал «Интернет-маркетинг». ISSN: 2619-1369;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>
- Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>
- <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора
- <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
- <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека
- http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал

- <http://www.uptp.ru/content/> - Проблемы теории и практики управления.
- <https://hbr-russia.ru/> – Harvard Business Review – Россия.
- <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту.
- <https://urait.ru/> – электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ».
- <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека eLibrary.ru.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 148);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 600);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Управление продуктом»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий,

оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточные материалы к отдельным разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные принтерами и программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебники и учебные пособия по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде по теории организации и организационному поведению, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

Полный перечень лицензионного программного обеспечения представлен в основной образовательной программе.

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 1. Введение в управление продуктом (продакт-менеджмент)	<i>Знает:</i> – классификацию товаров и услуги – особенности управления ими, – особенности стратегии управления товаром на различных этапах его жизненного цикла, – роль и навыки продакт-менеджера. <i>Умеет:</i> – анализировать жизненный цикл товарной категории; – понимать сущность исследований, необходимых для анализа и тестирования рынка для новой продукции развития. <i>Владеет:</i> – навыками в области анализа рыночной информации с точки зрения оценки потребностей клиентов и их требований к разрабатываемой продукции.	Оценка за контрольную работу
Тема 2. Проектирование нового продукта	<i>Знает:</i> – основы управления предприятием, – метрики продукта, – особенности методологии быстрой проверки гипотез - CustDev. – виды стратегий развития деятельности предприятия; – разновидности, подходы к созданию MVP. <i>Умеет:</i> – разработка уникального товарного предложения как ключевого атрибута нового продукта – проводить сегментацию, таргетинг и позиционирование нового продукта; – проводить продуктовую аналитику, – проводить интервью. <i>Владеет:</i> – методами и инструментами оценки существующих потребностей, – методами концептуализации идей нового продукта; – инструментами анализа бизнес-процессов и себестоимости	Оценка за контрольную работу

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 3. Брендинг и управление торговыми марками	<i>Знает:</i> – основные термины и определения брендинга, – элементы и ценность торговых марок, – примеры реализации успешных кейсов брендинга. <i>Умеет:</i> – использовать возможности брендинга; – реализовывать процесс создания новой торговой марки. <i>Владеет:</i> – инструментами практического применения позиционирования лучших торговых марок; – методами и инструментами управления отдельными торговыми марками; – методами и инструментами управления ассортиментом марочных товаров.	Оценка за тест
Тема 4. Управление качеством и конкурентоспособностью продукта	<i>Знает:</i> – метрики цифрового продукта; – метрики роста; – как отслеживать удовлетворенность клиентов: измерения индексов NPS, CSI, CSAT. <i>Умеет:</i> – рассчитывать и анализировать потребительские и экономические показатели конкурентоспособности продукта; – применять кагортный анализ. <i>Владеет:</i> – инструментами определения конкурентоспособности товара с помощью балльной оценки; – методикой расчета показателей конкурентоспособности продукта.	Оценка за контрольную работу Оценка за кейс

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 5. Разработка и управление товарными стратегиями продукта	<i>Знает:</i> – сущность и элементы продуктовой стратегии; – стратегии развития продукта; – механизмы совместного создания потребительской ценности товаров и услуг. <i>Умеет:</i> – применять дорожную карту как стратегию развития продукта; – реализовывать процессы формирования и исследования потребительских характеристик продуктов. <i>Владеет:</i> – инструментами применения продуктовой стратегии в соответствии с этапом жизненного цикла товара.	Оценка за кейс
Тема 6. Современные технологии продаж и программы продвижения продукта	<i>Знает:</i> – каналы товародвижения; – виды стимулирования продаж. <i>Умеет:</i> – реализовывать продажи нового товара в социальных сетях; – использовать креативную рекламу как способ продвижения нового товара. <i>Владеет:</i> – инструментами использования маркетплейсов как площадок для сбыта нового товара; – методами и инструментами управления каналами поставок.	Оценка за тест Оценка за кейс

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

– Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Управление продуктом»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

Маркетинг и рыночная аналитика

наименование ООП

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление человеческими ресурсами»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: доктором экономических наук, доцентом, профессором кафедры менеджмента и маркетинга Т.Г. Мясоедовой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Управление человеческими ресурсами**» относится к базовой части дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ менеджмента и маркетинга, организационного поведения.

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний по теории, методам, технологиям управления человеческими ресурсами в современных условиях, а также практических навыков, необходимых в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний о рынке труда, о роли и значении управления человеческими ресурсами в общей системе управления современной организации;
- ознакомление с тенденциями развития теоретических и практических подходов к управлению человеческими ресурсами в различных странах мира и современной России;
- изучение классификации человеческих ресурсов организации по различным характеристикам и методов определения потребности в персонале;
- формирование знаний о технологическом цикле работы с человеческими ресурсами организации, включая планирование, поиск и наем на работу, расстановку и оценку персонала на всех стадиях его деятельности, профессиональную адаптацию, социализацию, обучение, формирование кадрового резерва, управление карьерой, управление знаниями, мотивацию к трудовой деятельности;
- изучение нормативно-правовых вопросов регулирования трудовых отношений и разрешения трудовых споров (конфликтов);
- формирование практических навыков в эффективном управлении человеческими ресурсами;
- ознакомление с влиянием организационной культуры на различные аспекты управления человеческими ресурсами.

Дисциплина «**Управление человеческими ресурсами**» преподается в 5 (очная форма обучения) и 7 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: УК-1.1; УК-1.3; УК-3.3; ПК-3.3

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности
		УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Умеет взаимодействовать с другими членами команды, в том числе участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и	ПК-3. Способен принимать управленческие решения	ПК-3.3. Владеет навыками реализации управленческих решений и приемами мотивации	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению человеческими ресурсами;
- основные функциональные направления деятельности служб по работе с персоналом;
- содержание основных нормативно-правовых, нормативно-методических и распорядительных документов для регулирования трудовых отношений в организации;
- опыт конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом;
- технологию поиска и отбора персонала;
- технологию проведения отборочного интервью
- принципы и методы управления служебно-профессиональным продвижением персонала;
- методы трудовой адаптации, принципы организации обучения персонала, способствующего профессиональному развитию;
- теоретические и практические основы трудовой мотивации;
- методы и процедуры оценки персонала;
- типы организационной культуры и ее влияние на функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.

Уметь:

- применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности;
- проводить анализ содержания работы;
- оформлять основные нормативно-правовые, нормативно-методические и организационно-распорядительные документы;
- разрабатывать критерии отбора персонала;
- формировать программы трудовой адаптации,
- организовывать обучение персонала;
- выявлять и формировать мотивы персонала к эффективной трудовой деятельности;
- провести подготовительный этап аттестации персонала.

Владеть:

- методами привлечения и отбора персонала;
- методами стимулирования персонала;
- процедурой планирования и организации обучения персонала;
- методами оценки персонала;
- опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,8	64	48

Лекции	0,9	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,9	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,2	80	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		80	60
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	27,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,44	32	12
Лекции	0,22	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,2	112	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		112	60
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	27,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основные понятия и функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.	26	6	6	-	14
2.	Раздел 2. Классификация и содержание основных организационных документов	26	6	6	-	14
3.	Раздел 3. Поиск и отбор человеческих ресурсов	24	4	6	-	14
4.	Раздел 4. Развитие человеческих ресурсов	24	6	4		14
5.	Раздел 5. Управление поведением человеческих ресурсов	22	6	6	-	12
6.	Раздел 6. Оценка человеческих ресурсов. Заключение	20	4	4	-	12
	ИТОГО	142	32	32	-	80

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основные понятия и функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.	30	6	6	-	14
2.	Раздел 2. Классификация и содержание основных организационных документов	30	6	6	-	14
3.	Раздел 3. Поиск и отбор человеческих ресурсов	30	4	6	-	14
4.	Раздел 4. Развитие человеческих ресурсов	30	6	4		14

5.	Раздел 5. Управление поведением человеческих ресурсов	30	6	6		12
6.	Раздел 6. Оценка человеческих ресурсов. Заключение	30	4	4		12
	ИТОГО	180	16	16	-	112

4.2 Содержание разделов дисциплины

Введение. Роль и место управления человеческими ресурсами в управленческой деятельности организации. Взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению человеческими ресурсами.

Раздел 1. Понятия «Трудовые ресурсы», «Персонал» «Человеческие ресурсы», «Управление человеческими ресурсами». Место подсистемы управления человеческими ресурсами в системе управления организацией. Взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению человеческими ресурсами. Цели и задачи управления человеческими ресурсами. Современная система и технология управления человеческими ресурсами. Служба управления человеческими ресурсами (персоналом), ее структура и функциональные направления деятельности. Требования, предъявляемые к руководителям и специалистам (менеджерам) по персоналу в крупных организациях. Краткая характеристика основных функций управления персоналом. Управление человеческими ресурсами в США, странах западной Европы и Японии.

Раздел 2. Классификация и содержание основных организационных документов (нормативно-правовых, нормативно-методических, распорядительных и др.), Профиль должности. Должностная инструкция и ее составные части. Понятие и содержание трудового договора. Положение об отделе. Правила внутреннего трудового распорядка. Коллективный договор. Взаимная ответственность работодателя и работника. Основания для прекращения трудового договора.

Раздел 3. Рынок труда и его влияние на обеспеченность организации человеческими ресурсами. Бизнес-процесс поиска и отбора персонала. Определение потребности организации в человеческих ресурсах. Использование моделей Алека Роджера и Джона Фрэйзера для составления перечня требований, предъявляемых организацией к кандидатам на вакантные должности. Методы подбора персонала Привлечение кандидатов на вакантные должности. Место, содержание и внешний вид рекламного объявления о вакантной должности. Анализ резюме соискателей вакантной должности. Создание резерва кандидатов из внешних и внутренних источников. Характеристика основных методов отбора соискателей (интервьюирование, «центр оценки», тестирование, рекомендации). Информационные, отсеивающие и отборочные интервью Типы и структура отборочного интервью. Обзор и оценка проведенного найма на работу. Контроль сотрудников, проходящих испытательный срок в организации. Анализ эффективности работы новых сотрудников и критериев, по которым они были приняты на работу.

Раздел 4. Направления деятельности по развитию человеческих ресурсов в организации. Задачи менеджеров по персоналу и линейных руководителей в области развития персонала. ПрофорIENTATION и трудовая (социальная, профессиональная, психофизиологическая) адаптация. Планирование и организация обучения персонала крупной организации. Классификации методов обучения. Преимущества и недостатки методов обучения на рабочем месте и вне рабочего места. Контроль и обратная связь при обучении. Расчет эффективности от повышения квалификации сотрудников. Планирование и управление служебной карьерой персонала. Понятие и виды карьер. Модели служебной карьеры. Управление служебной карьерой. Планирование личного развития. Сущность и порядок формирования резерва руководящих кадров. Процесс организации и методы работы с резервом руководящих кадров. Косвенные показатели уровня работы организации с резервом руководящих кадров. Понятие и классификация знаний. Система управления знаниями. Инструментарий системы управления знаниями. Роль управления знаниями в развитии персонала и в обеспечении конкурентоспособности организации.

Раздел 5. Сущность и эволюция понятия мотивации. Потребности. Мотивы. Ожидания. Притязания. Стимулы. Механизм мотивации. Закон результата. Мотивация через потребности. Содержательные теории мотивации А. Маслоу, Ф. Герцберга, Д.Мак Клеелланда. Процессуальные теории: теория ожиданий, теория справедливости, модель Портера-Лоулера, теория Скиннера. Практические рекомендации для руководителей по управлению трудовым поведением работников. Материальное и нематериальное стимулирование. Компенсации и льготы. Типы компенсаций, используемых в иностранных и российских компаниях. Оплата труда. Повременная оплата труда, ее виды и особенности. Сдельная оплата труда, ее виды и особенности. Примеры систем оплаты труда в российских и зарубежных компаниях, их преимущества и недостатки. Использование различных типов власти для оказания влияния на трудовое поведение работников. Влияние на трудовое поведение подчиненных путем убеждения и путем их привлечения к управлению.

Раздел 6. Сущность предварительного, текущего и заключительного контроля в области человеческих ресурсов. Рекомендации по проведению эффективного контроля (оценки персонала). Административная, информационная и мотивационная цели оценки результатов деятельности человеческих ресурсов. Эффективность оценки результатов деятельности. Аттестация, процедура ее подготовки и проведения.

Заключение. Роль и влияние организационной культуры на различные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5	Раздел 6
	Знать:						
1	– взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению человеческими ресурсами;	+	+				
2	– основные функциональные направления деятельности служб по работе с персоналом;						
3	– содержание основных нормативно-правовых, нормативно-методических и распорядительных документов для регулирования трудовых отношений в организации;		+				
4	– опыт конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом;	+	+	+	+	+	+
5	– технологию поиска и отбора персонала;			+			
6	– технологию проведения отборочного интервью;			+			
7	– принципы и методы управления служебно-профессиональным продвижением персонала;				+		
8	– методы трудовой адаптации, принципы организации обучения персонала, способствующего профессиональному развитию;				+		
9	– теоретические и практические основы трудовой мотивации;				+		
10	– методы и процедуры оценки персонала;					+	
11	– типы организационной культуры и ее влияние на функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.						+
	Уметь:						
12	– применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности;	+	+	+	+	+	+
13	– проводить анализ содержания работы;		+			+	
14	– оформлять основные нормативно-правовые, нормативно-методические и организационно-распорядительные документы;	+					
15	– разрабатывать критерии отбора персонала;	+					
16	– формировать программы трудовой адаптации,			+			

17	– организовывать обучение персонала;						
18	– выявлять и формировать мотивы персонала к эффективной трудовой деятельности;			+			
19	– провести подготовительный этап аттестации персонала.				+	+	
	Владеть:						
20	– методами привлечения и отбора персонала;		+				+
21	– методами стимулирования персонала;					+	
22	– процедурой планирования и организации обучения персонала;						
23	– методами оценки персонала;					+	
24	– опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.	+	+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>							
	Код и наименование У	Код и наименование индикатора достижения УК					
25	– УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	– УК-1.1. Знает методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности	+	+	+	+	+
		– УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи	+	+	+	+	+
26	– УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	– УК-3.3. Умеет взаимодействовать с другими членами команды, в том числе участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом	+	+	+	+	+

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные</u> компетенции и индикаторы их достижения:								
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК						
27	– ПК-3. Способен принимать управленческие решения	– ПК-3.3. Владеет навыками реализации управленческих решений и приемами мотивации	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Основные понятия и функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.	Нормативно-правовые документы в системе управления человеческими ресурсами (трудовой договор, должностная инструкция, штатное расписание, положение об отделе, коллективный договор).	6
2	Раздел 2. Классификация и содержание основных организационных документов	Технологии поиска и отбора персонала (составление критериев отбора персонала, подготовка резюме, взаимодействие с кадровыми агентствами, федеральной службой занятости, специализированными интернет- порталами и др.)	6
3	Раздел 3. Поиск и отбор человеческих ресурсов	Подготовка и проведение отборочного интервью (анализ резюме кандидатов, проверка знаний и навыков, разработка практических кейсов, связанных с выполнением работы, выбор наиболее подходящих кандидатов и др.)	4
4	Раздел 4. Развитие человеческих ресурсов	Разработка программ трудовой адаптации для принятых на работу новых сотрудников.	2
5	Раздел 4. Развитие человеческих ресурсов	Составление и обсуждение планов личного развития сотрудников	2
6	Раздел 4. Развитие человеческих ресурсов	Разработка карт развития	2
7	Раздел 5. Управление поведением человеческих ресурсов	Выявление и формирование мотивов персонала к эффективной трудовой деятельности.	4
8	Раздел 5. Управление поведением человеческих ресурсов	Разработка мотивационных программ, учитывающих активные потребности работников	2
9	Раздел 6. Оценка человеческих ресурсов. Заключение	Разработка процедуры аттестации персонала.	2
10	Раздел 6. Оценка человеческих ресурсов. Заключение	Использование ситуационного подхода к достижению желаемого типа трудового поведения сотрудников.	2

ОЧНО-ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Основные понятия и функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.	Нормативно-правовые документы в системе управления человеческими ресурсами (трудовой договор, должностная инструкция, штатное расписание, положение об отделе, коллективный договор).	4
2	Раздел 2. Классификация и содержание основных организационных документов	Технологии поиска и отбора персонала (составление критериев отбора персонала, подготовка резюме, взаимодействие с кадровыми агентствами, федеральной службой занятости, специализированными интернет- порталами и др.)	4
3	Раздел 4. Развитие человеческих ресурсов	Составление и обсуждение планов личного развития сотрудников	4
4	Раздел 5. Управление поведением человеческих ресурсов	Выявление и формирование мотивов персонала к эффективной трудовой деятельности.	2
5	Раздел 6. Оценка человеческих ресурсов. Заключение	Разработка процедуры аттестации персонала.	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку к сдаче *экзамена*.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 45 баллов), практического задания по подготовке резюме (максимальная оценка 5 баллов), подготовка и проведение на семинарском занятии «отборочного интервью» (максимальная оценка 10 баллов), и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

Для текущего контроля предусмотрено 6 контрольных работ, подготовка резюме, подготовка должностной инструкции, подготовка и проведение на семинарском занятии «отборочного интервью». Контрольные работы 1.1, 2.1, 3.1 состоят из 10 вопросов по понятийному аппарату. Максимальная оценка за контрольные работы 1.1, 2.1, 3.1 составляет по 5 баллов за каждую. Контрольные работы 2.1, 2.2, 3.2. состоят из одного теоретического вопроса и теста по материалу раздела. Максимальная оценка за контрольные работы 2.1, 2.2, 3.2. составляет 10 баллов, за каждую работу. Подготовка резюме – 5 баллов. Подготовка должностной инструкции, проведение на семинарском занятии «отборочного интервью» - 10 баллов.

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Контрольная работа № 1.1 по разделам 1-3 (максимальная оценка 5 баллов)

1. Что такое «персонал»?
2. Сформулируйте понятие «Управление персоналом».
3. Сформулируйте понятие «Стратегическое управление персоналом».
4. Сформулируйте понятие «Система управления персоналом».
5. Перечислите функциональные направления деятельности, которые реализуются в системе управления персоналом.

6. Планирование потребности в персонале - это процедура, которая заключается в ...
7. Сформулируйте понятие «Анализ содержания работы».
 8. Перечислите основные организационные нормативно-правовые документы.
 9. Нарисуйте структуру бизнес-процесса поиска и найма персонала.
 10. Что такое резюме?

Контрольная работа № 1.2 по разделам 1 (максимальная оценка 10 баллов)

Вопрос (5 баллов):

Система управления персоналом в современной организации: цель, задачи, функциональные направления деятельности, структура. Кадровое обеспечение службы управления персоналом. (5 баллов)

Тест (5 баллов):

1. Результатом анализа содержания (описания) работы являются:
 - а. должностная инструкция
 - б. должностная инструкция и личностная спецификация
 - в. личностная спецификация
2. Совокупность принципов, методов, форм, организационного механизма по выработке целей и задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, на создание сплоченного коллектива, способного реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка является:
 - а. уставом предприятия,
 - б. философией управления персоналом
 - в. методологией управления персоналом
 - г. политикой организации по управлению персоналом
3. Что бывает хронологическим, функциональным или комбинированным?
 - а. сопроводительное письмо
 - б. резюме
 - в. рекламное объявление
4. Метод анализа содержания работы, предполагающий использование стандартного набора вопросов, установление контакта с работником называется:
 - а. метод прямого наблюдения
 - б. метод интервьюирования
 - в. метод анкетирования
5. Из каких источников набирают персонал при возникновении потребности в новых идеях для развития организации:
 - а. внешних
 - б. внутренних
6. Локальный нормативный акт организации, регламентирующий в соответствии с ТК РФ и иными федеральными законами порядок приема и увольнения работников, основные обязанности работников и администрации, режим работы, время отдыха, ответственность за нарушение трудовой дисциплины это:
 - а. коллективный договор
 - б. штатное расписание

в. правила внутреннего распорядка организации

г. положение о подразделении

7. Должностная инструкция как инструмент управления персоналом обеспечивает:

а. коллективную ответственность за выполнение функций

б. соответствие квалификации работника требованиям рабочего места

в. персональную ответственность за выполнение функций на рабочем месте

г. баланс ответственности, прав и обязанностей для каждого рабочего места

8. Краткая трудовая биография кандидата - это:

а. профессиограмма;

б. карьерограмма;

в. анкета сотрудника;

г - рекламное объявление

д. резюме

9. Испытательный срок для проверки соответствия работника требованиям организации не может превышать:

а. 1 месяца

б. 3 месяцев

в. 6 месяцев

10. Условия труда, социальное обеспечение, вознаграждение, социальное обслуживание входят в следующий пункт контракта:

а. общие положения

б. обязательства работника

в. обязательства работодателя

г. ответственность сторон

д. основание и порядок расторжения контракта е. порядок разрешения трудовых споров

Контрольная работа № 2.1 по разделу 4 (максимальная оценка 5 баллов)

1. Что такое развитие человеческих ресурсов?

2. Основные составляющие трудовой адаптации.

3. Что такое социальная адаптация?

4. Что такое профессиональная адаптация?

5. С какими функциями системы управления персонала связана подсистема обучения персонала?

6. Перечислите основные методы профессионального обучения.

7. Что такое управление служебной карьерой?

8. Что такое карьерограмма?

9. Что такое карта развития карьеры?

10. Что такое резерв руководящих кадров?

Контрольная работа № 2.2 по разделу 4 (максимальная оценка 10 баллов)

Вопрос (5 баллов) Опишите основные модели карьеры с точки зрения организации служебного продвижения.

Тест (5 баллов)

1. Адаптация - это:

а - приспособление работника к новым профессиональным, социальным и психофизиологическим условиям труда;

б - взаимное приспособление работника и организации путем постепенного освоения сотрудника в новых условиях;

в - приспособление организации к изменяющимся внешним условиям.

2. Анализ расстановки кадров, текучести кадров, определение резерва на выдвижение внутри предприятия – это анализ:

а - личности работника;

б - кадрового потенциала;

в - условий труда;

г - адаптации кадров.

3. Развитие персонала – это (при необходимости указать несколько):

а - процесс подготовки сотрудника к выполнению новых производственных функций, занятию новых должностей, решению новых задач;

б - процесс периодической подготовки сотрудника на специализированных курсах;

в - обеспечение эффективной управленческой структуры и обучения менеджеров для достижения организационных целей,

г- все то, что приводит к увеличению человеческого капитала.

4. Какие методы наиболее эффективны для обучения персонала поведенческим навыкам (ведение переговоров, проведение заседаний, работа в группе) (При необходимости указать несколько):

а - инструктаж;

б - ротация;

в - ученичество и наставничество;

г - лекция;

д - разбор конкретных ситуаций;

е - деловые игры;

ж – самообучение;

з – видеотренинг.

5. Карьера - это:

а – продвижение в какой-либо сфере деятельности, достижение известности, славы, положения на служебном поприще или в обществе;

б - повышение на более высокую ступень структуры организационной иерархии; в - предлагаемая организацией последовательность различных ступеней в организационной иерархии, которые сотрудник потенциально может пройти.

6. Наиболее распространенный в практической деятельности организаций подход к управленческому развитию:

а - неструктурированный, непланируемый;

б - планируемое развитие за пределами работы;

в - планируемое развитие на работе.

7. Специально сформированная группа работников, по своим качествам соответствующая требованиям, предъявляемым к руководителям определенного ранга, прошедших аттестационный отбор, специальную управленческую подготовку и достигших положительных результатов в производственно-коммерческой деятельности организации:

а - резерв руководителей на выдвижение;

б - аттестационная комиссия;

в - кадровая служба.

8. Может ли сотрудник пройти последовательно стадии профессиональной карьеры, работая при этом в различных организациях:

- а - да;
- б - нет.

9. Основными функциями подсистемы развития персонала являются (при необходимости указать несколько):

- а. разработка стратегии управления персоналом;
- б. работа с кадровым резервом;
- в. переподготовка и повышение квалификации работников;
- г. планирование и контроль деловой карьеры;
- д. планирование и прогнозирование персонала;
- е. организация трудовых отношений.

10. Может ли налаженная система профессионально-квалификационного продвижения персонала в организации способствовать уменьшению текучести рабочей силы?

- а - да;
- б - иногда;
- в - нет.

Контрольная работа № 3.1 по разделу 5-6 (максимальная оценка 5 баллов)

- 1. Что такое мотивация?
- 2. Что такое стимулирование?
- 3. Что такое мотив?
- 4. Что такое стимул?
- 5. Что такое заработная плата?
- 6. Что такое аттестация персонала?
- 7. Предварительная оценка результатов деятельности это –
- 8. Текущая оценка результатов деятельности это –
- 9. Сущность метода «Центр оценки»
- 10. Методы оценки персонала, используемые при аттестации:

Контрольная работа № 3.2 по разделу 4 (максимальная оценка 10 баллов)

Вопрос (5 баллов) Модель мотивации сотрудников организации. Современные методы мотивации и стимулирования трудовой деятельности.

Тест (5 баллов)

- 1. А. Маслоу расположил потребности в следующей последовательности:
 - а. физиологические, потребности в безопасности, социальные, уважения, самосовершенствования
 - б. потребности в безопасности, физиологические, социальные, самосовершенствования, уважения,
 - в. социальные, физиологические, потребности в безопасности, уважении, самосовершенствовании
 - г. самосовершенствования, социальные, потребности в безопасности, физиологические, уважения
- 2. Процессуальные теории мотивации изучают
 - а. содержание потребностей и мотивов человека
 - б. факторы, влияющие на формирование потребностей

в. распределение усилий для достижения целей и способ выбора конкретного вида поведения

3. Административную, информационную и мотивационную функции для работников выполняет

- а. прогнозирование результатов деятельности
- б. продвижение по службе
- в. перевод на другую работу
- г. оценка результатов деятельности

4. Валентность, как фактор мотивации использован в теории ...

- а. С. Адамса
- б. Ф. Герцберга
- в. В. Врума
- г. А. Маслоу

5. Оценка личностью вероятности наступления того или иного события - это:

- а. Ожидание
- б. Мотив
- в. Стимул
- г. Потребность

6. Теория мотивации, в которой выделяются две группы мотивационных факторов, а именно, гигиенические и мотивационные, это:

- а. теория Герцберга
- б. теория МакКлелланда
- в. теория Скиннера

7. Какие теории основываются на решающей роли потребностей в побуждении людей к действию?

- а. содержательные;
- б. процессуальные;
- в. ожиданий;
- г. справедливости.

8. Проведение аттестации осуществляется на основе графиков, которые доводятся до сведения аттестуемых не менее, чем...

- а. за 2 недели до начала аттестации
- б. за 1 месяц до начала аттестации
- в. за 2 месяца до начала аттестации

9. Заключение трудовых договоров позволяет удовлетворить потребность:

- а) в уважении;
- б) в самореализации;
- в) в безопасности;
- г) в стремлении к власти;
- д) в стремлении к независимости.

10. Кто из ученых при классификации мотивов выделил в отдельную группу гигиенические мотивы?

- а) А. Маслоу;
- б) Ф. Герцберг;

- в) Д.МакКлелланд;
- г) В.Врум.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – экзамен (очная форма), 7 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

Примерный перечень вопросов:

1. Понятия «человеческие ресурсы организации» («персонал организации»), «человеческий капитал». Место и роль управления человеческими ресурсами в системе менеджмента организации. Концептуальные основы управления человеческими ресурсами организации.
2. Содержание основных нормативно-правовых, нормативно-методических, информационных документов в области управления человеческими ресурсами организации.
3. Раскройте сущность анализа содержания работы. Способы его проведения.
4. Предназначение и сущность основных организационных документов, регламентирующих деятельность в области управления человеческими ресурсами.
5. Раскройте сущность современной концепции управления персоналом. Дайте краткую характеристику административных, экономических и социально-психологических методов управления персоналом.
6. Современная система и технология управления человеческими ресурсами.
7. Административные, экономические и социально-психологические методы управления человеческими ресурсами. Приведите примеры.
8. Технологии кадрового обеспечения современной организации. Внутренние и внешние источники привлечения персонала, их преимущества и недостатки.
9. Процедура подбора персонала в организацию. Формирование требований к кандидатам на замещение вакантной должности.
10. Управление развитием персонала в современной организации. Понятие «человеческий капитал».
11. Понятия карьерограммы и карты развития. Приведите практические примеры.
12. Основные элементы трудовой адаптации и их сущность.
13. Резерв руководящих кадров: формирование, методы работы и оценка эффективности работы с резервом.
14. Метод коучинга, его суть и отличия от наставничества.
15. Критерии оценки эффективности обучения по программам профессионального обучения для разных категорий персонала.
16. Сущность наставничества, его отличия от инструктажа и коучинга
17. Косвенные показатели уровня работы организации с резервом руководящих кадров
18. Процесс организации и методы работы с резервом руководящих кадров.
19. Управление мотивацией персонала с выраженными социальными потребностями.
20. Цель, задачи и методы оценки персонала при проведении аттестации.
21. Управление мотивацией работников с выраженными потребностями в уважении и развитии.
22. Сходство и различие содержательных и процессуальных теорий мотивации.
23. Модель мотивации Портера-Лоулера и ее использование в практической деятельности.

24. Формы заработной платы, особенности их использования.
25. Методы удовлетворения социальных потребностей, потребностей в уважении и развитии работников.
26. Теория справедливости и ее использование на практике.
27. Что такое “Закон результата” и каким образом менеджеры пользуются им на практике?
28. Методы стимулирования персонала к трудовой деятельности
29. Аттестация персонала: ее цель, процедура подготовки и проведения.
30. Методы оценки персонала, используемые при аттестации.
31. Особенности использования различных типов власти для оказания влияния на трудовое поведение работников.
32. Опишите модель организационной культуры Э. Шейна. Каким образом организационная культура влияет на процессы отбора, продвижения, мотивации и аттестации персонала?
33. Раскройте сущность понятия «организационная культура». Охарактеризуйте ее взаимосвязь с системой управления персоналом.
34. Влияние на трудовое поведение подчиненных путем убеждения и путем их привлечения к управлению.
35. Суть и основные отличия информационного, отсеивающего и отборочного интервью.
36. Планирование и организация обучения персонала крупной организации.
37. Цель, задачи и методы оценки персонала при проведении аттестации.
38. Дайте определение и раскройте содержание основных этапов процесса планирования персонала.
39. Сформулируйте понятия: трудовые ресурсы, персонал, человеческие ресурсы, управление персоналом.
40. Раскройте сущность анализа работы. Как его выполняют?
41. Для каких функций по управлению персоналом и каким образом можно использовать результаты анализа работы?
42. Что такое интервьюирование и от чего зависит эффективность его проведения?
43. Поясните, чем отличаются индивидуальное, групповое, одностадийное, многостадийное, ситуативное и стрессовое отборочное интервью.
44. Суть и основные отличия информационного, отсеивающего и отборочного интервью.
45. Структура процесса подбора персонала. Краткая характеристика каждой из стадий.
46. Охарактеризуйте традиционные, активные и профессиональные методы обучения.
47. Метод наставничества. В каких случаях он должен быть активным?
48. Охарактеризуйте стили обучения по классификации Хани и Мэмфорда. Каким образом стиль обучения оказывает влияние на эффективность обучения?
49. Метод коучинга, его суть и отличия от наставничества.
50. По каким критериям оценивается эффективность обучения?
51. Опишите основные виды и модели служебной карьеры.
52. Резерв руководящих кадров: формирование и методы работы с резервом.
53. Приведите критерии оценки эффективности работы с резервом руководящих кадров в организации?
54. Модель мотивации через потребности. Каким образом необходимо учитывать роль притязаний, ожиданий и стимулов в мотивации работников.
55. Что такое “Закон результата” и каким образом менеджеры пользуются им на практике?

56. Теория ожиданий В. Врума.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Экзамен по дисциплине «**Управление человеческими ресурсами**» проводится в 5 семестре (очная форма обучения), 7 семестр (очно-заочная форма обучения) и включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 вопросов, относящихся к указанным темам.

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) _____ <u>Д.С. Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) «___» _____ 2023 г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профиль – «Менеджмент организации» Управление человеческими ресурсами
Билет №1 1. Понятия «человеческие ресурсы организации» («персонал организации»), «человеческий капитал». Место и роль управления человеческими ресурсами в системе менеджмента организации. Концептуальные основы управления человеческими ресурсами организации. 2. Теория мотивации А. Маслоу и ее применение в практической деятельности.	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / А. А. Литвинюк [и др.] ; под редакцией А. А. Литвинюка. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 461 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14697-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488852>

Б. Дополнительная литература

1. *Одегов, Ю. Г.* Управление персоналом : учебник и практикум для вузов / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 467 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8710-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488798>

2. Пугачев, В. П. Управление персоналом организации : учебник и практикум для вузов / В. П. Пугачев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 402 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08905-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493784>

3. Мясоедова Т.Г. Управление персоналом: курс лекций. Ч.1 – М. РХТУ им. Д.И. Менделеева. – 148 с.

4. Мясоедова Т.Г. Управление персоналом: курс лекций. Ч.2 – М. РХТУ им. Д.И. Менделеева. – 103 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- Журнал «Менеджмент в России и за рубежом». ISSN: 1028-5857
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Программа «Управление человеческими ресурсами Российской Федерации»
URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>
- Свободная энциклопедия URL: <https://ru.wikipedia.org>
- Сайт АНО «Центр междисциплинарных исследований» URL: <http://spkurdyumov.ru/>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит	19.05.2024

			проверок 10000	

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Основные понятия и функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами.	<i>Знает:</i> – взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению человеческими ресурсами; – опыт конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом. <i>Умеет:</i> – применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности; – оформлять основные нормативно-правовые, нормативно-методические и организационно-распорядительные документы; – разрабатывать критерии отбора персонала; <i>Владеет:</i> – опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу №1.1
Раздел 2. Классификация и содержание основных организационных документов	<i>Знает:</i> – взаимосвязь стратегии развития организации со всеми направлениями деятельности по управлению человеческими ресурсами; – содержание основных нормативно-правовых, нормативно-методических и распорядительных документов для регулирования трудовых отношений в организации. <i>Умеет:</i> – применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности; – проводить анализ содержания работы. <i>Владеет:</i>	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу №1.2

	– методами привлечения и отбора персонала; – опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.	
Раздел 3. Поиск и отбор человеческих ресурсов.	<i>Знает:</i> – опыт конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом; – технологию поиска и отбора персонала; – технологию проведения отборочного интервью. <i>Умеет:</i> – применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности; – формировать программы трудовой адаптации; – выявлять и формировать мотивы персонала к эффективной трудовой деятельности. <i>Владеет:</i> – опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу №1.3 Оценка за реферат
Раздел 4. Развитие человеческих ресурсов	<i>Знает:</i> – опыт конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом; – принципы и методы управления служебно-профессиональным продвижением персонала; – методы трудовой адаптации, принципы организации обучения персонала, способствующего профессиональному развитию; – теоретические и практические основы трудовой мотивации. <i>Умеет:</i> – применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности; – провести подготовительный этап аттестации персонала. <i>Владеет:</i> – опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу № 2.1

Раздел 5. Управление поведением человеческих ресурсов	<i>Знает:</i> – опыт конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом; – методы и процедуры оценки персонала. <i>Умеет:</i> – применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности; – проводить анализ содержания работы; – провести подготовительный этап аттестации персонала. <i>Владеет:</i> – методами оценки персонала; – опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу № 2.2.
Раздел 6. Оценка человеческих ресурсов. Заключение	<i>Знает:</i> – опыт конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом; – типы организационной культуры и ее влияние на функциональные направления деятельности по управлению человеческими ресурсами. <i>Умеет:</i> – применять теоретические знания по управлению человеческими ресурсами в практической деятельности. <i>Владеет:</i> – методами привлечения и отбора персонала; – опытом конкурентоспособных российских и зарубежных организаций в области управления персоналом.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольную работу № 2.3 Оценка за <i>экзамен</i>

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Управление человеческими ресурсами»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Управленческий учет»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом химических наук, доцентом, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга С.Г. Авруцкой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Управленческий учет»** относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основных законов менеджмента, принципов финансового учета и анализа.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся представления об управленческом учете как о единой информационной системе организации для учета затрат, принятия управленческих решений, планирования и контроля в коммерческих и некоммерческих организациях разной формы собственности.

Задачи дисциплины:

- выработка у обучающихся навыков и формировании компетенций учета затрат и расчета себестоимости,
- овладение навыком подготовки информации для принятия управленческих решений,
- овладение основами планирования и контроля.

Дисциплина **«Управленческий учет»** преподается в 5 (очная форма обучения) и 7 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.5; ПК-4.7

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.1. Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики ПК-4.2. Знает основы расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства ПК-4.5. Умеет определять целевые показатели хозяйственной деятельности организации ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- сущность и задачи управленческого учета и его отличия от других учетных систем организации;
- принципы и основные положения управленческого учета;
- современные тенденции и перспективы развития управленческого учета;

Уметь:

- классифицировать затраты для различных целей;
- анализировать поведение затрат;
- применять традиционные и современные методики учета затрат и калькулирования себестоимости в зависимости от поставленных задач;
- составлять статичные и гибкие планы;

Владеть:

- методами учета затрат на производство и расчета себестоимости в зависимости от вида производства;
- навыками сбора и подготовки информации для принятия управленческих решений;
- основами краткосрочного планирования и бюджетирования и составления управленческой отчетности.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	36
Лекции	0,88	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа	1,67	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		59,8	44,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1	Раздел 1. Основы управленческого учета	47	12	7	28
	Введение	6	2	1	3
1.1	Классификация затрат в управленческом учете.	7	2	1	4
1.2	Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости	34	8	5	21
2	Раздел 2. Анализ и принятие управленческих решений	28	10	4	14
2.1	Поведение затрат и анализ безубыточности.	12	4	2	6
2.1	Принятие управленческих решений.	16	6	2	8
3	Раздел 3. Планирование и контроль	33	10	5	18
3.1	Нормативный учет затрат и система стандарт-кост	12	4	2	6
3.2	Планирование, бюджетирование и контроль.	15	4	3	8
3.3	Постановка управленческого учета	6	2	-	4
	ИТОГО	108	32	16	60

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1	Раздел 1. Основы управленческого учета	47	6	4	37
	Введение	6	1	-	5
1.1	Классификация затрат в управленческом учете.	7	1	1	5
1.2	Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости	34	4	3	27
2	Раздел 2. Анализ и принятие управленческих решений	28	5	2	21
2.1	Поведение затрат и анализ безубыточности.	12	2	1	9
2.1	Принятие управленческих решений.	16	3	1	12
3	Раздел 3. Планирование и контроль	33	5	3	25
3.1	Нормативный учет затрат и система стандарт-кост	14	2	2	10
3.2	Планирование, бюджетирование и контроль.	15	2	1	12
3.3	Постановка управленческого учета	4	1	-	3
	ИТОГО	108	16	8	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Учет затрат и калькулирование себестоимости

Введение. Место и роль управленческого учета в системе подготовки менеджеров.

Сущность и задачи управленческого учета. Понятие управленческого учета и его место в учетной системе организации. Основные функции управленческого учета. Принципы управленческого учета. Роль бухгалтера-аналитика в процессе управления.

1.1 Классификация затрат в управленческом учете. Затраты, расходы и издержки. Классификация затрат для целей управленческого учета. Классификация затрат для расчета себестоимости и прибыли и оценки запасов. Классификация затрат для принятия решений. Классификация затрат для планирования и контроля.

1.2. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости Учет затрат. Учет материальных затрат. Учет затрат на оплату труда. Учет косвенных затрат. Распределение косвенных затрат. Методы учета затрат на производство. Позаказный метод учета затрат. Попроцессный метод учета затрат. Системы калькулирования себестоимости. Полная себестоимость. Неполная себестоимость. Западная практика расчета себестоимости. Абсорпшен-костинг и директ-костинг. Современные системы калькулирования себестоимости – АВ-костинг, таргет-костинг, Учет затрат и калькулирование себестоимости в торговых организациях.

Раздел 2. Анализ и принятие управленческих решений

2.1. Поведение затрат и анализ безубыточности. Поведение затрат и функция затрат. Постоянные и переменные затраты. Концепция маржинальной прибыли. Анализ безубыточности. Использование модели безубыточности для принятия управленческих решений.

2.2. Принятие управленческих решений. Релевантная информация. Принятие отдельных управленческих решений: решение о спецзаказе; решение об оптимальном использовании ограниченного ресурса; решение об ассортименте; решение о самостоятельном производстве или аутсорсинге. Структура затрат и операционный риск. Расчет скидок с учетом структуры затрат.

Раздел 3. Планирование и контроль

3.1. Нормативный учет затрат и система стандарт-кост. Расчет нормативной себестоимости. Виды и формирование отклонений. Учет отклонений от норм. Гибкий бюджет и анализ отклонений. Запись отклонений в учетных регистрах

3.2. Планирование, бюджетирование и контроль. Центры ответственности и финансовая структура компании. Место бюджетирования в системе планов. Задачи бюджетирования. Виды бюджетов и объекты бюджетирования. Состав и структура основного бюджета. Система бюджетного контроля. Аналитический блок системы бюджетирования. Контроллинг. Стратегический управленческий учет.

3.3. Постановка управленческого учета Организация управленческого учета. Регламентация управленческого учета. Служба управленческого учета. Ведение управленческого учета. Автоматизация управленческого учета. Организационные проблемы в связи с внедрением управленческого учета. Перспективы развития управленческого учета.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3		
	<i>Знать:</i>					
1	– сущность и задачи управленческого учета и его отличия от других учетных систем организации;	+				
2	– принципы и основные положения управленческого учета;	+	+	+		
3	– современные тенденции и перспективы развития управленческого учета	+	+	+		
	<i>Уметь:</i>					
4	– классифицировать затраты для различных целей;	+				
5	– анализировать поведение затрат;	+	+	+		
6	– применять традиционные и современные методики учета затрат и калькулирования себестоимости в зависимости от поставленных задач;	+	+			
7	– составлять статичные и гибкие планы;			+		
	<i>Владеть:</i>					
8	– методами учета затрат на производство и расчета себестоимости в зависимости от вида производства;	+				
9	– навыками сбора и подготовки информации для принятия управленческих решений;		+			
10	– основами краткосрочного планирования и бюджетирования и составления управленческой отчетности.			+		
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>						
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК				
11	- ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	- ПК-4.1. Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики		+	+	
		- ПК-4.2. Знает основы расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства		+	+	
		- ПК-4.5. Умеет определять целевые показатели хозяйственной деятельности организации				+
		- ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности		+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1		Введение	1
2	1.1	Классификация затрат.	1
3-7	1.2	Распределение косвенных затрат. Расчет полной и неполной себестоимости Позаказный метод учета затрат Попроцессный метод учета затрат Учет по полным и переменным затратам.	5
8-9	2.1	Анализ безубыточности. Использование анализа безубыточности для принятия управленческих решений.	2
10-11	2.2	Принятие управленческих решений на основе релевантной информации.	2
12-13	3.1	Расчет нормативной себестоимости Учет и анализ отклонений	2
14-16	3.2	Составление гибкого бюджета Составление операционного и основного бюджета	3

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1	Классификация затрат.	1
2-4	1.2	Распределение косвенных затрат. Расчет полной и неполной себестоимости Позаказный метод учета затрат Попроцессный метод учета затрат Учет по полным и переменным затратам.	3
5	2.1	Анализ безубыточности. Использование анализа безубыточности для принятия управленческих решений.	1
6	2.2	Принятие управленческих решений на основе релевантной информации.	1
7	3.1	Расчет нормативной себестоимости Учет и анализ отклонений	2
8	3.2	Составление гибкого бюджета Составление операционного и основного бюджета	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.
- подготовка к сдаче **экзамена** по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Для текущего контроля предусмотрено 2 домашних задания в формате расчетной или расчетно-графической работы (разделы 1 и 3) и 2 контрольных работы (1 контрольная работа – раздел 1, 2 контрольная работа – разделы 2 и 3, а также устный опрос. Максимальная оценка за каждое домашнее задание – 10 баллов, за контрольные работы – 20 баллов за каждую, за ответ на опросе – 5 баллов.

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Написание рефератов по дисциплине «Управленческий учет» не предусмотрено.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Примеры вопросов для проведения опроса

Раздел 1.

Введение. 1.1. Классификация затрат в управленческом учете.

1. Для чего служит управленческий учет в организации? Каковы основные задачи управленческого учета? Каковы основные функции управленческого учета?
2. Что общего между системами финансового и управленческого учета?
3. В чем состоят основные различия между системами финансового и налогового и управленческого учета?
4. Чем принципы управленческого учета отличаются от принципов финансового учета?
5. Чем обязанности бухгалтера-аналитика отличаются от обязанностей бухгалтера, занятого финансовым учетом? Какими профессиональными и личностными качествами должен обладать бухгалтер-аналитик? В чем отличие от специалиста, занятого финансовым учетом?
6. Что такое расходы в бухгалтерском и налоговом учете?
7. В чем разница между расходами и затратами? Между издержками и затратами?
8. По каким признакам классифицируются затраты? Зачем нужны разные подходы к классификации затрат?

9. Чем прямые затраты отличаются от косвенных? Прямые от основных? Косвенные от накладных?

10. Что такое себестоимость? От чего зависит включение затрат в себестоимость?

11. По каким признакам классифицируют затраты для принятия решений?

12. Чем явные затраты отличаются от альтернативных?

13. Какие категории затрат выделяют для целей контроля и управления? Почему?

2.2. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости

1. Что такое объект учета затрат? Что может служить объектом учета затрат?

2. Какие материальные затраты являются прямыми, какие – косвенными?

3. Для чего используются карточки складского учета материалов?

4. На основании каких первичных документов начисляется заработная плата при различных системах оплаты труда?

5. Какие затраты на оплату труда являются прямыми, а какие – косвенными?

6. В чем разница между расчетом полной и неполной себестоимости?

7. Почему возникают трудности при распределении косвенных расходов?

8. Что может служить базой распределения косвенных расходов?

9. Какова последовательность распределения косвенных расходов? Какие методы могут при этом использоваться?

10. Какие возможности предоставляет для учета затрат система АВ-костинг? В чем недостатки системы?

11. Почему возникает необходимость в различных методах учета затрат на производство и калькулирования себестоимости?

12. При каких условиях применяют позаказный метод? Попроцессный метод?

13. Что является объектом учета затрат в позаказном методе? В попроцессном методе?

14. В чем состоит сущность позаказного метода? Попроцессного метода?

15. Каким образом осуществляют учет косвенных расходов в позаказном методе?

16. Что такое добавленные затраты?

17. Зачем и каким образом рассчитывают эквивалентный выпуск по материальным и добавленным затратам?

18. Каков порядок распределения косвенных затрат между готовой продукцией и незавершенным производством?

19. В чем суть методов усреднения и ФИФО распределения косвенных затрат? Что предполагает каждый метод?

20. Чем различается учет затрат в торговых и производственных компаниях?

21. Какие счета применяют для учета затрат в торговых компаниях?

22. Что такое стоимость приобретения и какие затраты входят в ее состав?

23. В чем разница между российской и западной практикой расчета себестоимости?

24. В чем разница между расчетом себестоимости методами абсорпшен-костинга и директ-костинга?

25. Чем отличаются отчеты о прибылях и убытках, составленные с распределением полных и переменных затрат?

26. Почему расчет неполной себестоимости (и директ-костинг) не рекомендуется использовать для целей налогообложения?

Раздел 2

2.1. Поведение затрат и анализ безубыточности.

1. Что такое условно-переменные и условно-постоянные затраты? Приведите примеры.

2. Как на практике разделить затраты на постоянные и переменные?

3. Что такое функция затрат и как ее вывести?

4. Чем бухгалтерская модель безубыточности отличается от экономической?

5. При каких допущениях бухгалтерская модель безубыточности работает?
 6. Что такое маржинальная прибыль?
 7. Как рассчитать точку безубыточности в натуральном и денежном выражении?
 8. Какие управленческие решения дает возможность принять модель безубыточности?
- 2.2. Принятие управленческих решений.**
1. Что такое релевантные затраты?
 2. Какие затраты, как правило, являются релевантными?
 3. Какие управленческие решения можно принять на основе концепции релевантных затрат?
 4. При каких условиях компания может принять спецзаказ по цене ниже себестоимости?
 5. Почему компании нередко принимают неверные решения по ассортиментной политике?
 6. Какие обстоятельства принимаются во внимание при передаче производства (или каких-то других функций) на сторону?
 7. Что является критерием принятия решения при выборе оптимального использования ограниченного ресурса?
 8. Почему при принятии решений на основе релевантной информации необходимо учитывать качественные факторы?
 9. Почему появляется операционный рычаг? Почему нужно его учитывать при выборе из нескольких альтернативных вариантов решений?
 10. Каковы преимущества и недостатки различных затратных методов ценообразования?

Раздел 3

3.1. Нормативный учет затрат и система стандарт-кост.

1. Какие преимущества дает нормативный учет по сравнению с учетом фактических затрат?
2. Чем нормативный учет отличается от применяемой на Западе системы «стандарт-кост»?
3. Что такое норматив и как он устанавливается?
4. Что такое нормативная себестоимость и чем она отличается от бюджетной?
5. Что такое отклонение? За счет чего возникают отклонения?
6. Какие отклонения считают благоприятными, какие – неблагоприятными?
7. Что такое гибкий бюджет и для чего он используется?
8. Почему отклонение ОПР формируется иначе, чем отклонение материальных и трудовых затрат?
9. В чем заключается анализ отклонений?

3.2. Планирование и бюджетирование.

1. Какие подходы к классификации затрат используются для целей планирования, контроля и управления?
2. Что является основным объектом учета затрат для целей планирования, контроля и управления?
3. Что такое центр ответственности? Какие бывают центры ответственности?
4. Где в компании находятся центр дохода, центр прибыли, центры затрат, центр инвестиций?
5. Что такое финансовая структура? Чем финансовая структура компании отличается от организационной?
6. Какие задачи призвано решать бюджетирование?
7. Чем бюджетирование отличается от финансового планирования?
8. Что может быть объектом бюджетирования?

9. Какие бывают бюджеты?
10. Из каких документов состоит основной бюджет?
11. Какие документы входят в состав финансового бюджета?
12. В какой последовательности составляется операционный бюджет?
13. Что такое бюджетный регламент и положение о бюджетировании?
14. Что представляет собой система бюджетного контроля?
15. Какие аналитические возможности заложены в системе бюджетирования?

3.3. Постановка управленческого учета

1. Какой документ регламентирует ведение управленческого учета на предприятии?
2. В чем смысл однокруговой и двухкруговой систем учета затрат?
3. Каким образом управленческий учет совмещается с существующими в компании учетными системами?
4. Какие подразделения могут входить в состав службы управленческого учета?
5. Чем руководствуются, выбирая программное обеспечение для ведения управленческого учета?
6. Почему при внедрении управленческого учета нередко возникают трудности?

Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка – 20 баллов. Контрольная работа содержит 20 вопросов, по 1 баллу за вопрос.

1. Когда объектом калькулирования затрат является отдел рекламы, заработная плата менеджера отдела рекламы будет классифицирована как:
 - а) переменные и прямые затраты
 - б) переменные и косвенные затраты
 - в) постоянные и прямые затраты
 - г) постоянные и косвенные затраты
2. Какие из следующих затрат включаются в производственную себестоимость при методе абсорбшен-костинг и не включаются при методе директ-костинг?
 - а) переменные общепроизводственные расходы
 - б) постоянные общепроизводственные расходы
 - в) прямые материальные затраты
 - г) прямые трудовые затраты
3. Для производственной компании примером периодических затрат будут:
 - а) амортизация заводского оборудования
 - б) заработная плата работников отдела реализации
 - в) заработная плата операторов машин
 - г) ремонт оборудования
4. Компания использует для внутренних целей метод учета переменных затрат. Имеется следующая информация о затратах на единицу продукции АВ: прямые материалы — \$4.40, прямой труд — \$1.60, переменные общепроизводственные расходы — \$2.30, постоянные общепроизводственные расходы — \$1.90, переменные коммерческие расходы — \$3.10, постоянные коммерческие расходы — \$1.10. Если остатки готовой продукции составляют 1,240 единиц продукции АВ, какова будет их производственная себестоимость?

а) \$10,292	в) \$14,136
б) \$12,648	г) \$17,856
5. Используя информацию из вопроса 4 и предполагая, что было продано 10,200 единиц продукции АВ по \$25 за единицу, чему будет равна маржинальная прибыль?

а) \$108,120	в) \$150,960

б) \$138,720

г) \$170,340

6. Компания в ежемесячном отчете о прибыли показывает объем реализации — \$200,000, производственные расходы — \$80,000 (40% постоянные), коммерческие и административные расходы — \$100,000 (60% переменные). Рассчитать маржинальную прибыль, игнорируя материальные запасы.

а) \$92,000

в) \$120,000

б) \$108,000

г) ни один из перечисленных ответов

7. В позаказном методе калькулирования себестоимости при списании общепроизводственных расходов будет:

а) кредитоваться счет 20 Основное Производство;

б) кредитоваться счет 25 Общепроизводственные Расходы;

в) дебетоваться счет 25 Общепроизводственные Расходы;

г) дебетоваться счет 43 Готовая Продукция.

8. Коэффициент распределения общепроизводственных расходов, который обычно применяется при списании общепроизводственных расходов на заказ, рассчитывается как:

а) фактические общепроизводственные расходы, деленные на фактический объем;

б) фактические общепроизводственные расходы, деленные на планируемый объем;

в) планируемые общепроизводственные расходы, деленные на фактический объем;

г) планируемые общепроизводственные расходы, деленные на планируемый объем.

9. Компания планировала общепроизводственные расходы на период — \$255,000, исходя из планируемого объема прямых трудовых затрат — 100,000 человеко-часов. На конец периода счет Общепроизводственные Расходы имел остаток \$270,000; фактические прямые трудовые затраты составили 105,000 человеко-часов. Были ли излишне списаны или недосписаны общепроизводственные расходы на период?

а) \$2,250 излишне списаны;

б) \$2,250 недосписаны;

в) \$15,000 излишне списаны;

г) \$15,000 недосписаны.

10. Компания закончила и выпустила из производства 3,000 единиц продукции в течение апреля и имела конечный остаток незавершенного производства — 400 единиц, которым не хватало 10% до завершенности по добавленным затратам, и которые имели 100% завершенность по материальным затратам. Начального остатка незавершенного производства не было. Рассчитать условные единицы продукции по добавленным затратам и по материальным затратам:

а) 3,400 единиц по добавленным затратам и 3,360 единиц по материальным затратам;

б) 3,360 единиц по добавленным затратам и 3,400 единиц по материальным затратам;

в) 3,040 единиц по добавленным затратам и 3,400 единиц по материальным затратам;

г) ни один из перечисленных ответов.

11. Компания закончила и выпустила из производства 2,500 единиц за апрель, имеет конечный остаток незавершенного производства — 500 единиц, которые были завершены на 30% по добавленным затратам и на 100% по материальным затратам. Начального остатка незавершенного производства не было. В течение апреля материальные затраты составили \$9,300, а затраты на обработку \$5,300. Рассчитать себестоимость выпущенной продукции:

а) \$13,050;

б) \$12,785;

- в) \$13,450;
- г) ни один из перечисленных ответов.

12. Сколько счетов Основное Производство компания будет использовать при попроцессном методе калькулирования себестоимости?

- а) зависит от числа производимой продукции;
- б) только один;
- в) один для каждого производственного подразделения;
- г) всегда три.

13. Добавленные затраты — это

- а) сумма прямых трудовых затрат и общепроизводственных расходов;
- б) сумма прямых материальных и прямых трудовых затрат;
- в) все производственные затраты;
- г) все периодические затраты.

Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка – 20 баллов. Контрольная работа содержит 20 вопросов, по 1 баллу за вопрос.

1. Маржинальный подход лучше НЕ использовать в следующих ситуациях:

- а) когда решается вопрос о прекращении деятельности производственного сегмента
- б) когда решается вопрос о структуре производства
- в) когда решается вопрос о покупке одной из двух машин
- г) когда решается вопрос о принятии спецзаказа

2. Компания предполагает продавать продукцию АВ по \$27 за единицу, переменные расходы предполагаются равными \$15 на единицу. Постоянные расходы составят \$197,040 за месяц. Точка безубыточности в единицах продукции равна

- а) 16,420 в) 11,950
- б) 11,590 г) 16,240

3. Используя данные вопроса 2, рассчитать точку безубыточности в долларах:

- а) \$312,930 в) \$443,340
- б) \$322,650 г) \$438,480

4. Используя данные вопроса 2, определить, сколько единиц продукции должно быть продано за месяц, чтобы компания получила \$6,000 прибыли за месяц

- а) 12,450 единиц в) 12,090 единиц
- б) 16,740 единиц г) 16,920 единиц

5. Используя данные вопроса 2, определить, сколько единиц продукции должно быть продано за месяц, чтобы компания получила \$9,000 прибыли, если затраты на рекламу составят дополнительно \$15,000 за месяц

- а) 18,240 единиц в) 13,590 единиц
- б) 18,420 единиц г) 13,950 единиц

6. Процесс принятия управленческого решения обычно включает

- а) анализ двух или более альтернатив и выбор наилучшей из них
- б) выбор действий, которые обеспечивают наибольший объем продаж
- в) получение внешнего финансирования для проектов
- г) отбор только двух альтернатив для анализа

7. Одноразовый специальный заказ при условии, что производственные мощности позволяют его произвести, никогда не будет принят по цене ниже суммарных затрат на единицу продукции, включающих все постоянные и переменные затраты

- а) да б) нет

8. Затраты, которые являются релевантными к решению, могут включать

- а) ожидаемые будущие постоянные затраты
- б) прошлые переменные затраты
- в) и то и другое / и а) и б)/
- г) ни то ни другое

9. Вообще говоря, все переменные затраты являются релевантными к решению, а все постоянные затраты являются нерелевантными

- а) да б) нет

10. В решении по принятию специального заказа будущие постоянные затраты

- а) являются нерелевантными
- б) являются обычно релевантными
- в) могут быть релевантными

11. Нахождение маржинальной прибыли на единицу лимитирующего фактора необходимо в анализе какого из следующих решений

- а) продавать или осуществлять дальнейшую обработку
- б) покупать или производить самим
- в) принять или нет специальный заказ
- г) выбор структуры (ассортимента) продукции

12. Производственные затраты при принятии ценовых решений обычно включают:

- а) прямые производственные затраты в) и а) и б)
- б) косвенные производственные затраты г) ни а) ни б)

13. Компания производит продукт, переменные затраты на единицу которого составляют \$50. Постоянные затраты в сумме \$1,000,000 распределяются на базе количества произведенных единиц. Цена продажи вычисляется путем прибавления 10% наценки к полным затратам. Чему будет равна цена продажи единицы продукта при объеме производства 100,000 единиц:

- а) \$55 в) \$61
- б) \$60 г) \$66

14. Компания производит и продает 8,000 единиц продукции за месяц. Суммарные производственные затраты за месяц \$560,000, из которых \$160,000 — переменные, \$400,000 — постоянные. У компании имеются неиспользованные производственные мощности для выполнения разового заказа по производству 2,000 единиц за месяц. Какая наименьшая из предложенных цен будет принята компанией для этого заказа?

- а) \$17 в) \$62
- б) \$21 г) \$73

15. Компания желает иметь рентабельность активов — 30%, общая стоимость активов, используемых для производства продукции УХ — \$100,000. Предполагаемый объем продаж продукции УХ в следующем году 10,000 единиц. Затраты на единицу продукции следующие: переменные производственные затраты — \$5, постоянные

производственные затраты — \$1, постоянные коммерческие и административные расходы — \$2. Основываясь на полной себестоимости, какова будет цена продажи?

- а) \$5 в) \$10
- б) \$8 г) \$11

16. Компания планирует продать 200,000 единиц продукции. Постоянные затраты — \$400,000, а переменные затраты составляют 60% от цены продажи. Для того чтобы иметь операционную прибыль \$100,000, цена продажи единицы продукции должна быть:

- а) \$3.75 в) \$5.00
- б) \$4.17 г) \$6.25

17. Реалистично predetermined затраты прямых материалов, прямого труда и общепроизводственных расходов на единицу продукции известны как:

- а) периодические затраты в) predetermined коэффициенты
- б) переменные затраты г) нормативные затраты

18. Для вычисления нормативного коэффициента постоянных общепроизводственных расходов общие планируемые постоянные ОПР делятся на:

- а) практическую мощность в) нормальную мощность
- б) избыточную мощность г) теоретическую (идеальную) мощность

19. Техника выявления и анализа областей необычных продуктов или необычных результатов деятельности называется

- а) учет нормативных затрат в) управление по отклонениям
- б) анализ отклонений г) целевое управление

20. Основной целью системы учета нормативных затрат является

- а) распределять затраты более аккуратно
- б) контролировать и управлять затратами
- в) определять критическую точку
- г) уменьшить субъективность управленческих решений

Примеры домашних заданий

Домашнее задание № 1. Максимальная оценка – 10 баллов

Вариант А. Расчет себестоимости позаказным методом

Для изготовления двух заказов, № 01/2013 и № 02/2013 со склада отпущены основные материалы (на **ОМ1** руб. для № 01/2013 и на **ОМ2** руб. для № 02/2013) и вспомогательные материалы на **ВМ** руб.

Прямые расходы на оплату труда с начислениями составил **ПТ1** руб. на заказ № 01/2013 и **ПТ2** руб. – на заказ № 02/2013, косвенные расходы на оплату труда – **КТ** руб.

Прочие общепроизводственные расходы за период (амортизация, электроэнергия, связь) составили **ОПР** руб.

Общепроизводственные расходы списываются на основе нормативного коэффициента – **НК** руб. на 1 руб. прямой зарплаты

Незавершенное производство на начало периода **отсутствовало**.

Объем заказа № 01/2013 **К1** единиц продукции, из него завершено и передано на склад готовой продукции **ЗК1** единиц продукции, продано в пределах отчетного периода **ПК1** единиц готовой продукции; объем заказа № 02/2013 **К2** единиц продукции, из него завершено и передано на склад готовой продукции **ЗК2** единиц продукции, продано в пределах отчетного периода **ПК2** единиц готовой продукции.

Рассчитать себестоимость единицы реализованной продукции каждого вида с учетом различных вариантов распределения избыточно/недостаточно списанных ОПР и отразить движение по счетам (см. схему в рабочей тетради, стр. 26).

Вариант В. Расчет себестоимости попроцессным методом

Рассчитать себестоимости продукции, переданной в следующее подразделение, и стоимости незавершенного производства для цеха металлообработки, используя метод усреднения и метод ФИФО, и отразить движение по счетам 20 «Основное производство» за период. Дана следующая информация:

	Шт.	Руб.
Остаток незавершенного производства на начало месяца	НП1	
В том числе:		
Прямые материальные затраты (степень готовности ГМ31 %)		МЗНП
Затраты на обработку (степень готовности ГЗО1 %)		ЗОНП
Количество деталей, начатых в течение месяца	Н	
Количество деталей, завершаемых в течение месяца	З	
Степень готовности незавершенного производства на конец периода		
- по прямым материальным затратам – ГМ32 %		
- по затратам на обработку – ГЗО2 %		
Прямые материальные затраты за период		МЗ Пер
Затраты на обработку за период		
В том числе:		
Затраты прямого труда		ТЗ Пер
Ставка распределения косвенных затрат, руб./руб. прямого труда - Ставка		

Домашнее задание № 2. Максимальная оценка – 10 баллов (числовые данные у всех студентов свои)

Компания использует систему "стандарт-кост" в своем подразделении по производству изделий из стекла. Нормативные затраты на производство одного ветрового стекла следующие:

Материалы (60 фунтов х \$1/кг)	\$ 60.00
Труд (3 часа х \$10/час)	30.00
Общепроизводственные расходы (3 часа х \$8/час)	24.00
Общие нормативные затраты	\$114.00

Норматив переменных общепроизводственных расходов составляет \$3 на один час труда, бюджетные постоянные общепроизводственные расходы равны \$27,000 за месяц. В течение января подразделение произвело 1,650 ветровых стекол при нормальной мощности 1,800 штук. Фактические затраты на одно ветровое стекло составили:

Материалы (58 фунтов х \$1.10/фунт)	\$ 63.80
Труд (3.1 часа х \$10/час)	31.00
Общепроизводственные расходы (\$39,930/1,650 стекол)	24.20
Общие фактические затраты	\$119.00

Рассчитать:

- нормативную и фактическую себестоимость единицы продукции;
- отклонения по цене, по использованию и общее отклонение по материальным затратам.

в) отклонения по ставке, по производительности и общее отклонение по трудозатратам.

г) отклонения по объему, контролируемое отклонение и общее отклонение общепроизводственных расходов.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – зачет (очная форма), 7 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Чая, В. Т. Управленческий учет : учебник и практикум для вузов / В. Т. Чая, Н. И. Чупахина. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 332 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10739-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489339>

2. Управленческий учет. Рабочая тетрадь: учебно-методическое пособие / сост.: С.Г. Авруцкая. – 3-е изд., доп. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2017. – 80 с.

Б. Дополнительная литература

1. Авруцкая С.Г. Управленческий учет. Учебное пособие. М.: М., РХТУ, 2010.- 92 с.

2. [Этрилл П.](#), [МакЛейни Э.](#) Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов, М.: Альпина Паблишер. – 2016. – 648 с.

3. Друри К. Управленческий и производственный учет. Вводный курс/Пер. с англ. – 5-е изд. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 736 с.

4. Хорнгрен Ч., Фостер Дж., Датар Ш. Управленческий учет, 10-изд./Пер. с англ. – СПб: Питер, 2008. – 1008 с.:ил.

5. Кондраков Н.П., Иванова М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 368 с.

6. Молчанов С.С. Управленческий учет за 14 дней. Экспресс-курс / 2-е изд., исправленное. – М.: Эксмо, 2009. – 544 с.

7. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет. Учебное пособие / – М.: «ИПБ-БИНФА», 2006 г. – 486 с.

8. Хруцкий В.Е., Сизова Т.В., Гамаюнов В.В. Внутрифирменное бюджетирование. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.

9. Щиборщ К.В. Бюджетирование деятельности промышленных предприятий России. – «[Дело и сервис](#)», 2005. – 592 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научные журналы:

- «Управленческий учет» ISSN: 1814-8476
- «Международный бухгалтерский учет» ISSN: 2073-5081
- «Все для бухгалтера» ISSN:2079-6765
- «Управленческий учет и финансы»
- «Финансовый директор»

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.buhgalteria.ru> - Информационно-аналитическое электронное издание «Бухгалтерия.ru»
- <http://www.gaap.ru> - Информационно-деловой журнал о теории и практике финансового и управленческого учета, международных и национальных стандартах GAAP.RU
- <http://www.consulting.ru> - Электронный еженедельник КОНСАЛТИНГ.РУ
- <http://www.aicpa.org/Pages/Default.aspx> - сайт American Institute of CPAs (AICPA)
- <http://www.journalofaccountancy.com/> - электронный Journal of Accountancy
- <http://www.mckinseyquarterly.com/home.aspx> - McKinsey Quarterly, журнал компании McKinsey
- <http://www.ifac.org/> - сайт International Federation of Accountants
- <https://www.cimaglobal.com/> сайт Association of International Certified Professional Accountants
- <http://www.accountingdegreetoday.com/> Accounting Degree Today – информационный ресурс для сдающих квалификационные экзамены по учету
- <https://www.cgma.org/> - сайт Association of International Certified Professional Accountants
- <https://www.imanet.org> - сайт Institute of Management Accountants

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

No п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на

	Excel Power Point Outlook			обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Учет затрат на производство продукции и калькулирование себестоимости	<i>Знает:</i> основные отличия систем управленческого и финансового учета цели и задачи управленческого учета; отличие между затратами и расходами; подходы к классификации затрат для целей управленческого учета; основные принципы управленческого учета основные счета, используемые в управленческом учете, и фиксируемые на них затраты; состав основных категорий затрат производственных и торговых предприятий; порядок учета прямых и косвенных затрат; специфику учета затрат в зависимости от отрасли и организации производственного процесса; <i>Умеет:</i> классифицировать затраты на прямые и косвенные, переменные и постоянные, производственные и периодические рассчитать полную и неполную себестоимость произведенной и реализованной продукции; выбрать метод учета затрат на производство в зависимости от его типа; выделить переменные и постоянные затраты для использования в методах абсорбшен- и директ-костинг. <i>Владеет:</i> навыками учета различных категорий прямых и косвенных затрат и расчета себестоимости; навыками использования методологии позаказного и попроцессного учета	Оценка за опрос Оценка за домашнее задание №1 Оценка за контрольную работу №1

	навыками работы с научной, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по теоретическим и практическим аспектам управленческого учета	
Раздел 2. Анализ и принятие управленческих решений	<i>Знает:</i> – способы разделения затрат на переменные и постоянные; – поведение конкретных категорий затрат в зависимости от объема деятельности; – контексты применения и критерии концепции релевантных затрат для принятия управленческих решений. <i>Умеет:</i> – анализировать поведение затрат; – выделять переменные и постоянные, релевантные и нерелевантные затраты; – пользоваться моделью безубыточности для принятия управленческих решений. <i>Владеет:</i> – навыками подготовки учетной информации для принятия управленческих решений; – навыками анализа количественной и качественной информации для принятия управленческих решений.	Оценка за опрос Оценка за контрольную работу №2
Раздел 3. Планирование и контроль	<i>Знает:</i> – основные характеристики и классификацию центров ответственности в компании; – специфику нормативного учета затрат и его отличия от системы «стандарт кост»; – виды бюджетов, порядок их разработки и контексты использования; – структуру операционного и финансового бюджетов. – этапы внедрения системы управленческого учета и бюджетирования в организации; – основные информационные системы, используемые для автоматизации управленческого учета – основные направления развития управленческого учета как дисциплины <i>Умеет:</i> – проводить финансовое структурирование организации; – рассчитывать нормативную себестоимость и различные виды отклонений от нее; – составлять гибкий бюджет производства; – составлять операционный и основной бюджет компании или проекта. <i>Владеет:</i> – методологией анализа отклонений («план-факт анализ»); – методологией составления различных бюджетов – навыками работы с научной, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по теоретическим и практическим аспектам управленческого учета.	Оценка за опрос на практическом занятии Оценка за домашнее задание № 2 Оценка за контрольную работу №2

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Управленческий учет»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Финансовый менеджмент»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом химических наук, доцентом, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга С.Г.Авруцкой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Финансовый менеджмент**» относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины» учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области базовых общеэкономических дисциплин (экономическая теория и институциональная экономика), принципов финансового учета и анализа, основ налогообложения, а также управленческого учета.

Цель дисциплины – получение студентами теоретических знаний в области финансового менеджмента и подготовка их к решению задач, связанных с привлечением и инвестированием финансовых ресурсов и управлением активами организации.

Задачи дисциплины:

- рассмотрение роли и места финансового менеджмента в компании;
- ознакомление с теоретическими основами финансового менеджмента;
- выработка навыков решения прикладных задач в области финансового менеджмента.

Дисциплина «**Финансовый менеджмент**» преподается в 6 (очная форма обучения) и 8 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: УК-10.1; ПК-4.6; ПК-4.7; ПК-4.8; ПК-4.9

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. Знает основы экономической культуры, в том числе финансовой грамотности

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.6. Умеет оценивать финансовую эффективность хозяйственной деятельности ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности ПК-4.8. Владеет навыками финансового управления ПК-4.9. Владеет навыками формирования предложений по оптимизации финансовой деятельности хозяйствующего субъекта	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- фундаментальные концепции финансового менеджмента;
- принципы, способы и инструменты оценки активов, инвестиционных проектов и организаций;

Уметь:

- оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний;
- анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;
- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;
- проводить оценку основных финансовых инструментов;
- проводить оценку инвестиционных проектов;
- обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;
- применять модели управления запасами, планирования потребности организации в запасах;

Владеть:

- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;
- методами инвестиционного анализа и анализа финансовых инструментов.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64	48
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,22	80	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	80	60
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,1	112	84
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,1	112	84
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1	Раздел 1. Финансовая отчетность как источник информации для финансового менеджмента	30	8	6	16
	Введение.	4	2	-	2
1.1	Финансовая отчетность компании	8	2	2	4
1.2	Анализ финансовой отчетности компании.	10	2	2	6
1.3	Финансовое планирование	8	2	2	4
2	Раздел 2. Оценка стоимости и доходности финансовых активов	32	6	8	18
2.1	Основы финансовой математики	14	2	4	8
2.2	Доходность и риск	10	2	2	6
2.3	Оценка стоимости и доходности финансовых активов	8	2	2	4
3	Раздел 3. Инвестиционная стратегия компании	28	6	6	16
3.1	Инвестиционная стратегия компании	8	2	2	4
3.2	Критерии принятия инвестиционных решений	10	2	2	6
3.3	Расчет денежных потоков инвестиционного проекта	10	2	2	6
	Раздел 4. Финансовая стратегия компании	30	6	6	18
4.1	Стоимость капитала	9	1	2	6
4.2	Структура капитала	7	1	2	4
4.3	Дивидендная политика	6	2	-	4
4.4	Инструменты долгосрочного финансирования	8	2	2	4
	Раздел 5. Управление оборотным капиталом.	24	6	6	12
5.1	Управление оборотными активами	16	4	4	8
5.2	Финансирование оборотных активов	8	2	2	4
	ИТОГО	144	32	32	80
	Экзамен	36			
	ИТОГО	180			

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1	Раздел 1. Финансовая отчетность как источник информации для финансового менеджмента	30	4	3	23
	Введение.	4	1	-	3
1.1	Финансовая отчетность компании	8	1	1	6
1.2	Анализ финансовой отчетности компании.	10	1	1	8
1.3	Финансовое планирование	8	1	1	6
2	Раздел 2. Оценка стоимости и доходности финансовых активов	30	3	4	23
2.1	Основы финансовой математики	10	1	1	8
2.2	Доходность и риск	12	1	2	9
2.3	Оценка стоимости и доходности финансовых активов	8	1	1	6
3	Раздел 3. Инвестиционная стратегия компании	30	3	3	24
3.1	Инвестиционная стратегия компании	7	1	-	6
3.2	Критерии принятия инвестиционных решений	13	1	2	10
3.3	Расчет денежных потоков инвестиционного проекта	10	1	1	8
	Раздел 4. Финансовая стратегия компании	30	3	3	24
4.1	Стоимость капитала	9	1	1	7
4.2	Структура капитала	7	1	1	5
4.3	Дивидендная политика	6	0,5	-	5,5
4.4	Инструменты долгосрочного финансирования	8	0,5	1	6,5
	Раздел 5. Управление оборотным капиталом.	24	3	3	18
5.1	Управление оборотными активами	16	2	2	12
5.2	Финансирование оборотных активов	8	1	1	6
	ИТОГО	144	16	16	112
	Подготовка к экзамену	36			
	ИТОГО	180			

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Финансовая отчетность как источник информации для финансового менеджмента

Введение.

Предмет финансового менеджмента. История развития финансового менеджмента. Задачи финансового менеджмента в компании. Структура финансовой службы в компании. Основные концепции, лежащие в основе принятия финансовых решений.

1.1. Финансовая отчетность компании

Бухгалтерский баланс как отражение имущественного состояния компании. Балансовое равенство. Структура и составляющие активов и пассивов.

Отчет о прибылях и убытках. Показатели эффективности хозяйственной деятельности компании.

Отчет о движении денежных средств. Источники и направления расходования денежных средств. Денежные потоки от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. Составление отчета о движении денежных средств прямым и косвенным методами.

Последовательность формирования финансовых отчетов и их взаимосвязь.

1.2. Анализ финансовой отчетности компании.

Вертикальный и горизонтальный анализ.

Анализ с помощью финансовых коэффициентов.

Анализ ликвидности, деловой активности, финансовой устойчивости, рентабельности.

Анализ Дюпон.

Анализ отчета о финансовых результатах в формате МСФО. Смысл и использование понятия EBITDA.

Ограничения финансового анализа. Отраслевая специфика.

Выводы на основании анализа финансовой отчетности для принятия управленческих решений

1.3. Финансовое планирование

Понятие финансового планирования.

Прогнозирование объема продаж и выручки – метод процента от продаж. Прогнозирование расходов и прибыли. Прогнозирование изменения финансового состояния

Спонтанное финансирование. Самопроизвольный устойчивый рост (sustainable growth).

Потребность во внешнем финансировании

Прогнозирование денежных потоков.

Раздел 2. Оценка стоимости и доходности финансовых активов

2.1. Основы финансовой математики.

Теория временной стоимости денег. Понятие будущей и текущей стоимости денег.

Компаундирование и дисконтирование. Простые и сложные проценты. Кратность начисления процентов. Эффективная ставка. Переменные процентные ставки.

Понятие денежного потока, виды денежных потоков. Аннуитеты постнумерандо и пренумерандо. Компаундирование и дисконтирование аннуитетов. Кратность начисления процентов. Бессрочный аннуитет (вечная рента).

Использование Microsoft Excel для расчетов.

2.2. Доходность и риск.

Понятие дохода и доходности (рентабельности, нормы дохода). Источники дохода. Историческая и ожидаемая доходность.

Понятие риска. Мера риска. Анализ единичного риска: ожидаемая доходность, дисперсия, среднееквадратичное отклонение. Соотношение риска и доходности: коэффициент вариации.

Доходность и риск портфеля активов. Расчет ковариации, коэффициента корреляции. Систематический и несистематический риск. Понятие диверсификации.

Взаимосвязь риска и доходности: модель оценки капитальных (финансовых) активов (CAPM). Графическое представление, использование, ограничения CAPM. Рыночное равновесие и эффективный фондовый рынок.

2.3. Оценка стоимости и доходности финансовых активов

Виды ценных бумаг. Долговые и долевыe, эмиссионные и неэмиссионные ценные бумаги. Процедура эмиссии.

Свойства долговых ценных бумаг - облигаций. Основные характеристики облигаций. Классификация облигаций. Виды доходностей: текущая, реализованная, доходность к погашению. Оценка стоимости и доходности купонных облигаций, оценка стоимости и доходности бескупонных облигаций.

Свойства долевыx ценных бумаг. Акция. Основные характеристики акции. Классификация акций. Оценка стоимости акций с постоянным дивидендом, оценка стоимости акций с изменяющимся дивидендом. Формула Гордона. Оценка доходности акций.

Раздел 3. Инвестиционная стратегия компании

3.1. Инвестиционная стратегия компании.

Процесс разработки инвестиционной стратегии. Экономическая сущность и классификация инвестиций. Особенности реальных инвестиций. Понятие и виды инвестиционных проектов.

3.2. Критерии принятия инвестиционных решений

Статические и динамические критерии принятия инвестиционных решений - учетная норма доходности (Accounting Rate of Return, ARR), срок окупаемости (Payback Period, PP), дисконтированный срок окупаемости (Discounted Payback Period, DPP), чистая приведенная стоимость (Net Present Value, NPV), внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return, IRR), модифицированная внутренняя норма доходности (Modified Internal Rate of Return, MIRR), индекс рентабельности инвестиции (Profitability Index, PI), их преимущества и недостатки

Использование MS Excel для расчетов.

3.3. Расчет денежных потоков инвестиционного проекта

Приростный подход при расчете денежных потоков. Структура денежных потоков: связанные с началом проекта, в процессе реализации проекта, связанные с завершением проекта.

Учета инфляции и риска в инвестиционном анализе.

Раздел 4. Финансовая стратегия компании

4.1. Стоимость капитала.

Понятие стоимости капитала. Стоимость заемного капитала. Стоимость внутреннего и внешнего собственного капитала (модель постоянного дивиденда, модель постоянного роста); стоимость Структура капитала и ее влияние на стоимость: модель средневзвешенной стоимости капитала. Маржинальная стоимость капитала.

4.2. Структура капитала.

Целевая структура капитала. Операционный и финансовый риски. Операционный и финансовый рычаги. Комбинированный рычаг. Преимущества и недостатки собственного и заемного финансирования.

Теории структуры капитала. Модель Миллера-Модильяни. Оптимальная структура капитала. Факторы, определяющие структуру капитала на практике.

4.3. Дивидендная политика

Сущность дивидендной политики. Теории влияния дивидендной политики на стоимость компании. влияющие на дивидендную политику. Дивидендная политика на практике. Формы выплаты дивидендов.

4.4. Инструменты долгосрочного финансирования

Финансирование собственного капитала: эмиссия, категории акций; механизмы привлечения акционерного капитала. Формирование добавочного и резервного капитала; факторы, влияющие на распределение прибыли.

Прямые инвестиции. Виды прямых инвестиций.

Средне- и долгосрочное заемное финансирование. Банковский кредит: стоимость, процедура получения, достоинства и недостатки. Использование долговых ценных бумаг (корпоративные облигации, кредитные ноты, варранты, векселя, складские свидетельства).

Альтернативные источники финансирования – лизинг, ЕСА-, LBO-финансирование, финансирование от поставщиков оборудования, проектное финансирование.

Раздел 5. Управление оборотным капиталом.

5.1. Управление оборотными активами.

Политика предприятия в области оборотного капитала; компоненты оборотного капитала; Операционный, производственный и финансовый циклы.

Управление денежными средствами и их эквивалентами. Целевое сальдо денежных средств. Структура портфеля краткосрочных финансовых вложений.

Управление дебиторской задолженностью (ДЗ). Выработка кредитной политики. Анализ кредитоспособности покупателя. Процедуры и политики взыскания ДЗ.

Анализ и управление производственными запасами. ABC-метод контроля запасов. Определение оптимального объема заказа.

5.2. Финансирование оборотных активов

Консервативный и агрессивный подходы к финансированию оборотных активов.

Роль кредиторской задолженности.

Краткосрочные кредиты – виды.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Разде л 4	Разде л 5
	<i>Знать:</i>					
1	- фундаментальные концепции финансового менеджмента;	+	+	+	+	+
2	- принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций;		+	+	+	+
	<i>Уметь:</i>					
3	- анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;	+	+	+	+	
4	- оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений;		+	+	+	
5	- оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний;				+	
6	- проводить оценку инвестиционных проектов;			+		
7	- обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования;				+	+
8	- проводить оценку финансовых инструментов;		+			
9	- применять модели управления запасами, планировать потребность организации в запасах.					+
	<i>Владеть:</i>					
10	- методами анализа финансовой отчетности и финансового прогнозирования;	+	+			
11	- методами инвестиционного анализа и анализа финансовых инструментов.	+	+	+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :						
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК				
12	- УК-10. Способен принимать обоснованные экономические	- УК-10.1. Знает основы экономической культуры, в том числе финансовой грамотности		+	+	+

	решения в различных областях жизнедеятельности						
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :							
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК					
14	- ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	- ПК-4.6. Умеет оценивать финансовую эффективность хозяйственной деятельности	+	+	+	+	+
		- ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности	+	+	+	+	+
		- ПК-4.8. Владеет навыками финансового управления	+	+	+	+	+
		- ПК-4.9. Владеет навыками формирования предложений по оптимизации финансовой деятельности хозяйствующего субъекта	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1	Составление отчета о движении денежных средств.	2
2	1.2	Вертикальный и горизонтальный анализ отчетности Анализ отчетности с помощью финансовых коэффициентов	2
3	1.3	Финансовое прогнозирование Контрольная работа № 1.	2
4	2.1	Дисконтирование и компаундирование.	2
5	2.1	Занятие в компьютерном классе. Использование Excel для расчета дисконтирования и компаундирования	2
6	2.2	Расчет доходности и риска индивидуальных активов и активов в составе портфеля.	2
7	2.3	Использование модели САРМ. Расчет стоимости и доходности финансовых активов.	2
8	3.2	Контрольная работа № 2. Расчет критериев принятия инвестиционных решений	2
9	3.2	Занятие в компьютерном классе. Использование Excel для расчета критериев принятия инвестиционных решений	2
10	3.3	Расчет денежных потоков инвестиционного проекта.	2
11	4.1	Расчет стоимости элементов капитала и WACC	2
12	4.2	Структура капитала	2
13	4.4	Инструменты долгосрочного финансирования	2
14	5.1	Управление дебиторской задолженностью	2
15	5.1	Управление запасами	2
16	5.2	Стоимость инструментов краткосрочного финансирования. Контрольная работа № 3	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1	Составление отчета о движении денежных средств.	1
2	1.2	Вертикальный и горизонтальный анализ отчетности Анализ отчетности с помощью финансовых коэффициентов	1
3	1.3	Финансовое прогнозирование Контрольная работа № 1.	1
4	2.1	Дисконтирование и компаундирование.	0,5
5	2.1	Занятие в компьютерном классе. Использование Excel для расчета дисконтирования и компаундирования	0,5
6	2.2	Расчет доходности и риска индивидуальных активов и активов в составе портфеля.	2
7	2.3	Использование модели CAPM. Расчет стоимости и доходности финансовых активов.	1
8	3.2	Контрольная работа № 2. Расчет критериев принятия инвестиционных решений	1
9	3.2	Занятие в компьютерном классе. Использование Excel для расчета критериев принятия инвестиционных решений	1
10	3.3	Расчет денежных потоков инвестиционного проекта.	1
11	4.1	Расчет стоимости элементов капитала и WACC	1
12	4.2	Структура капитала	1
13	4.4	Инструменты долгосрочного финансирования	1
14	5.1	Управление дебиторской задолженностью	1
15	5.1	Управление запасами	1
16	5.2	Стоимость инструментов краткосрочного финансирования. Контрольная работа № 3	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.
- подготовка к сдаче **экзамена** по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 30 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 30 баллов), и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Написание рефератов по дисциплине «*Финансовый менеджмент*» не предусмотрено.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 практических задания, расчетно-графическая работа и 2 контрольных работы. Суммарная оценка за практические задания – 25 баллов, за расчетно-графическую работу – 5 баллов, за контрольные работы - составляет 15 баллов за каждую.

Раздел 1. Финансовая отчетность как источник информации для финансового менеджмента

Практическое задание. Максимальная оценка 10 баллов

По балансу и отчету о финансовых результатах

1. Составить отчет о движении денежных средств за 2015 г.
2. Рассчитать коэффициенты текущей ликвидности, оборачиваемости активов, финансовой зависимости, чистой рентабельности, рентабельности собственного капитала.

Баланс

X \$M	<u>2014</u>	<u>2015</u>
Д/с и краткосрочные инвестиции	18 000	11 493
Дебиторская задолженность	8 566	8 370
Запасы	1 100	1 435
Другие оборотные активы	2 572	2 160
Оборотные активы всего	30 238	23 458
Основные средства	55 753	57 570
Другие долгосрочные активы	74 008	74 782
Внеоборотные активы	129 761	132 352
Итого Активы	159 999	155 810
Кредиторская задолженность	7 193	7 606
Начисления	0	0
Краткосрочные кредиты и займы	19 535	15 659
Другие краткосрочные обязательства	7 469	9 406
Краткосрочные обязательства всего	34 197	32 671
Долгосрочные кредиты и займы	52 954	47 875
Другие долгосрочные обязательства	22 139	23 760
Долгосрочные обязательства всего	75 093	71 635

<i>Собственный капитал</i>	50 709	51 504
Обязательства +СК	159 999	155 810

Отчет о финансовых результатах

X \$M	<u>2014</u>	<u>2015</u>
Выручка	62938	71323
Себестоимость	21722	22903
Валовая прибыль	41216	48420
Управленческие и коммерческие расходы	19639	21571
Амортизация	11666	16324
НИОКР	-	-
Другие операционные расходы	460	2733
Операционная прибыль	9452	7791
Процентные расходы	3638	2891
Процентные доходы		
Другие (доходы) расходы	1029	461
Прибыль до налогообложения	4784	4438
Налог	1935	1930
Другое	514	527
Чистая прибыль	2335	1981
СПРАВОЧНО:		

Раздел 2. Оценка стоимости и доходности финансовых активов.

Практическое задание. Максимальная оценка 5 баллов

1. Каким окажется по истечении трех лет начальный депозит величиной 100 долл. при начислении сложных процентов раз в квартал, если годовая процентная ставка равняется 8%?

2. Вы взяли заем в 10 тыс. долл. на 4 года под 12% годовых, начисляемых по методу сложных процентов. Заем выплачивается в рассрочку равными долями в конце каждого года. Какой должна быть величина ежегодного платежа в счет погашения займа, чтобы полностью погасить заем через четыре года?

3. Начальный размер депозита 300 долл., ежегодно в течение трех лет в конце года производилась выплата 100 долл. Сколько денег осталось на счету через 3 года, если годовая процентная ставка равняется 10%?

4. Вкладчик получает 100 долл. в конце первого года, 200 долл. — по истечении двух лет и 300 долл. — по истечении трех лет. Какова совокупная приведенная стоимость этих выплат, если ставка дисконтирования равняется 8%?

5. Облигации номинальной стоимостью \$1000 компании Callaghan Motors' будут погашены через 3 года. Купон выплачивается ежегодно, купонная доходность 6%, доходность к погашению составляет 7%. Какова текущая рыночная цена облигаций?

Контрольная работа №1. На освоение разделов 1-2. Содержит 15 вопросов. Максимальная оценка 15 баллов.

Примеры вопросов к контрольной работе

1. К денежным эквивалентам относятся денежные средства:

- в кассе;
- на расчетном счете;
- краткосрочные финансовые вложения;

2. Нераспределенная прибыль прошлых лет на конец 2006 г. составила 5650 тыс. руб., а на конец 2007 г. - 6200 тыс. руб. Чистая прибыль за 2006 г. составила 1350 тыс. руб. 6% ее было перечислено в резервный капитал. Какая сумма (тыс. руб.) была выплачена в виде дивидендов?

- a) 517
- b) 550
- c) **619**
- d) 719

3. В каком разделе отчета о движении денежных средств найдет отражение операция использования средств чистой прибыли для финансирования капитальных вложений?

- a) операционная деятельность
- b) инвестиционная деятельность
- c) **финансовая деятельность**
- d) не найдет отражения

4.. Определите остаток средств на начало периода, если известно, что за отчетный период чистый денежный поток составил: от финансовой деятельности (- 2,98) млн. руб., от инвестиционной деятельности (-13,05) млн. руб. Величина притока и оттока по основной (текущей) деятельности составляет соответственно 164 млн. руб. и (-147,95) млн. руб. Остаток денежных средств на конец отчетного периода - 4,68 млн. руб.

- a) 4,66 млн. руб.
- b) 4,70 млн. руб.
- c) **5,43 млн. руб.**

5. Рассчитать рентабельность собственного капитала (ROE), если чистая прибыль - 250 тыс. долларов, акционерный капитал - 25 тыс. долларов, нераспределенная прибыль прошлых лет- 100 тыс. долларов, облигационный заем - 30 тыс. долларов.

- a) 200%
- b) 1000%
- c) **800%**

6.. Концепция временной стоимости денег означает, что:

- a) денежная единица сегодня и денежная единица той же номинальной стоимости через некоторый период времени неравноценны
- b) источники финансирования не могут быть безвозмездными
- c) **денежные средства могут инвестироваться только под ставку сложного процента**
- d) все перечисленное

7. Рассматривается два варианта получения кредита в размере 100 тыс. руб. сроком на 2 года. Первый вариант под 20% годовых, начисления каждое полугодие. Второй вариант 21 % годовых, начисления один раз в год. Какой вариант предпочтительнее для заемщика:

- a) первый вариант;
- b) второй вариант;
- c) **оба равнозначны:**

8. Банк выдал кредит в размере 500 тыс. руб., который должен быть погашен через 8 лет единовременным платежом в сумме 850 тыс. руб. Доходность кредитной операции:

- a) 13,36%
- b) 7,89 %
- c) **6,86%**

9. Дан портфель активов

Актив	Доля портфеля	β	Ожидаемая доходность
A	40%	1,0	12%
B	25%	0,75	11%
C	35%	1,3	15%

Рассчитать ожидаемую доходность портфеля

- a) 15,3%;
- b) 12,8%;
- c) 12,67%;

10. Риск, который может быть устранен правильным подбором инвестиций, называется:

- a) диверсифицируемым
- b) корреляционным
- c) системным
- d) все вышеперечисленное

11. Облигация:

- a) Предусматривает обязательность получения фиксированного процента
- b) Может предусматривать получение ее владельцем фиксированного процента

12. По какой цене инвесторы готовы купить акцию, по которой только что выплачен дивиденд в размере \$1,5, требуемая инвесторами доходность 14%, ожидаемый рост 7%?

- a) \$22,93
- b) \$15,71
- c) \$21,42

Раздел 3. Инвестиционная стратегия компании

Расчетно-графическая работа (5 баллов)

Рассчитать срок окупаемости, дисконтированный срок окупаемости, чистый дисконтированный доход (NPV), внутреннюю ставку доходности (IRR), модифицированную внутреннюю ставку доходности (MIRR), индекс рентабельности (PI) и построить графики накопленного и дисконтированного накопленного денежных потоков для инвестиционного проекта продолжительностью 3 года, для которого денежные потоки рассчитываются следующим образом:

$$CF_0 = - (CF_1 + CF_2 + CF_3)/2$$

$$CF_1 = \text{<сумма букв в имени студента>}$$

$$CF_2 = \text{<сумма букв в отчестве студента>}$$

$$CF_3 = \text{<сумма букв в фамилии студента>}$$

$$\text{Ставка дисконтирования } k = CF_1 + CF_2 + CF_3$$

Пример: Иван Иванович Иванов

$$CF_0 = - (4 + 8 + 6)/2 = - 9$$

$$CF_1 = 4$$

$$CF_2 = 8$$

$$CF_3 = 6$$

$$\text{Ставка дисконтирования } k = 4 + 8 + 6 = 18\%$$

Раздел 4. Финансовая стратегия компании

Практическое задание на контроль освоения разделов 3-4. Максимальная оценка 10 баллов

1. Приведен управленческий отчет о финансовых результатах (\$) компании ANSO.

Выручка	38 200 000

Переменные затраты	29 032 000
Маржинальный доход	9 168 000
Постоянные затраты	8 100 000
ЕВИТ	1 068 000
Проценты по кредитам	200 000
Прибыль до налогообложения	868 000
Налог (30%)	260 400
Чистая прибыль	607 600

- Каков операционный рычаг при этом объеме продаж?
- Каков финансовый рычаг?
- Каков комбинированный рычаг?
- Чему равна точка безубыточности (в \$)?
- Если выручка вырастет на 25%, на сколько процентов изменится прибыль до уплаты процентов и налогов и на сколько процентов изменится чистая прибыль?

2. Рассматриваются два инвестиционных проекта в объекты бизнеса «А» и «В», стоимость каждого проекта 15 млн. руб., продолжительность каждого проекта 3 года, ставка дисконтирования 18% годовых. Какому из этих проектов следует отдать предпочтение, если по проекту «А» будет доход в конце третьего года в размере 28 млн. руб., а по проекту «В» может быть получен ежегодный доход в размере 7,8381 млн. руб.? Какие факторы следует принимать во внимание?

3. Коэффициент Долг/Собственный капитал компании равен 0,5. Стоимость заемных средств 9%, безрисковая ставка доходности 5%, среднерыночная доходность 14%, коэффициент бета компании равен 1,1. Рассчитать средневзвешенную стоимость капитала, если ставка налогообложения 20%.

Раздел 5. Управление оборотным капиталом.

Контрольная работа №2 на контроль освоения разделов 3-5. Содержит 15 вопросов, по 1 баллу за вопрос. Максимальная оценка 15 баллов.

Примеры вопросов к контрольной работе

1. При годовой ставке дисконта 20% доходы от инвестиций составили: в первый - 200 млн. руб., во второй 350 млн. руб., в третий 480 млн. руб. Какова величина приведенного дохода от инвестиций, полученного за три года:

- 596 млн. руб.
- 688 млн. руб.
- 858 млн. руб.

2. Уровень доходов на единицу затрат, т.е. эффективность вложений, характеризует критерий:

- Рентабельность продаж
- Срок окупаемости
- Индекс рентабельности

3 Проект является инвестиционно привлекательным при соблюдении условия:

- внутренняя ставка доходности ниже цены инвестиционного капитала;
- внутренняя ставка доходности выше цены инвестиционного капитала
- внутренняя ставка доходности равна цене инвестированного капитала;

4 Стоимость капитала:

- зависит от структуры совокупного капитала
- не зависит от структуры совокупного капитала
- совокупный капитал не имеет цены

5 Определить средневзвешенную стоимость капитала фирмы по следующим данным. Стоимость проекта 50 тыс. долларов, стоимость заемных средств 10%, стоимость

собственного капитала 20%, отношение заемного капитала к собственному - 1/3, ставка налога на прибыль 24%.

1. 12,4
2. 16,9
3. 17,5

6. Рассчитайте величину дивидендов на одну обыкновенную акцию предприятия, если из всех 12 000 акций привилегированные составили 20%, а дивидендный фонд по обыкновенным акциям - 168 000 руб.

1. 17,5
2. 14,0
3. 70,0

7. Операционный рычаг определяется отношением:

1. маржинального дохода к прибыли
2. постоянных затрат к переменным
3. постоянных затрат к маржинальному доходу на единицу продукции

8. Доля переменных расходов в выручке от продаж в базисном периоде на предприятии А - 50%, на предприятии Б - 60%. В следующем периоде на обоих предприятиях предполагается снижение объема реализации на 15% при сохранении базисных цен. Прибыль от продаж снизится

1. большими темпами на предприятии Б
2. большими темпами на предприятии А
3. одинаково на обоих предприятиях

9. Денежные средства, которые могут быть использованы для получения дополнительной прибыли, выполняют функцию:

1. транзакционную;
2. спекулятивную;
3. страховую

10. Увеличение доли оборотных активов в общей величине активов означает:

1. увеличение скорости оборота совокупных активов
2. снижение скорости оборота совокупных активов
3. скорость оборота совокупных активов не изменится

11. Как изменилась рентабельность оборотных активов в отчетном году, если рентабельность продаж снизилась на 10%, а оборачиваемость оборотных активов увеличилась на 10%?

1. осталось на том же уровне;
2. повысилась;
3. снизилась;

12. Определить продолжительность операционного и финансового циклов (в днях), если оборачиваемость составила (в оборотах): производственные запасы - 9, дебиторская задолженность - 24, кредиторская задолженность - 20.

1. 55 и 37
2. 48 и 34
3. 38 и 56
4. 52 и 44

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (6 семестр – экзамен (очная форма), 8 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины и содержит 2 теоретических вопроса и задачу. 1 и 2 вопрос – по 10 баллов, задача – 20 баллов.

Примерный перечень вопросов:

1. Задачи финансового менеджмента в компании. Структура финансовой службы в компании.
2. Основные концепции, лежащие в основе принятия финансовых решений.
3. Бухгалтерский баланс как отражение имущественного состояния компании. Элементы финансовой отчетности. Балансовое равенство. Структура и составляющие активов и пассивов.
4. Отчет о финансовых результатах. Элементы финансовой отчетности. Показатели эффективности хозяйственной деятельности компании.
5. Отчет о движении денежных средств. Источники и направления расходования денежных средств. Денежные потоки от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.
6. Анализ финансовой отчетности. Вертикальный и горизонтальный анализ. Анализ с помощью финансовых коэффициентов. Виды финансовых коэффициентов.
7. Показатели ликвидности компании. Экономический смысл, формулы для расчета, нормативные значения, отраслевая специфика.
8. Показатели деловой активности компании. Экономический смысл, формулы для расчета, нормативные значения, отраслевая специфика.
9. Показатели финансовой устойчивости компании. Экономический смысл, формулы для расчета, нормативные значения, отраслевая специфика.
10. Показатели рентабельности компании. Экономический смысл, формулы для расчета, нормативные значения, отраслевая специфика. Анализ Дюпон.
11. Специфика отчета о финансовых результатах в формате МСФО. Смысл и использование понятия EBITDA.
12. Понятие финансового планирования. Метод процента от продаж для прогнозирования объема продаж, выручки, расходов и прибыли. Прогнозирование изменения финансового состояния. Источники спонтанного финансирования и прогнозирование потребности во внешнем финансировании.
13. Теория временной стоимости денег. Понятие будущей и текущей стоимости денег. Компаундирование и дисконтирование.
14. Простые и сложные проценты. Кратность начисления процентов. Эффективная ставка. Переменные процентные ставки.
15. Понятие аннуитета. Аннуитеты постнумерандо и пренумерандо. Компаундирование и дисконтирование аннуитетов. Бессрочный аннуитет (вечная рента).
16. Понятие дохода и доходности (рентабельности, нормы дохода) единичного актива. Источники дохода. Историческая и ожидаемая доходность.
17. Понятие риска единичного актива. Мера риска единичного актива: дисперсия, среднее квадратичное отклонение. Коэффициент вариации.
18. Доходность и риск портфеля активов. Экономический смысл и расчет ковариации, коэффициента корреляции.
19. Систематический и несистематический риск. Понятие диверсификации. Рыночный риск актива. Надежные и рискованные активы. Риск портфеля активов.
20. Взаимосвязь риска и доходности: модель оценки капитальных (финансовых) активов (CAPM). Графическое представление, использование, ограничения CAPM. Рыночное равновесие и эффективный фондовый рынок.
21. Облигации. Основные характеристики облигаций. Оценка стоимости и доходности купонных облигаций.
22. Виды доходностей облигаций: текущая, реализованная, доходность к погашению. Оценка стоимости и доходности бескупонных облигаций.
23. Основные закономерности, связанные с облигациями: временная структура процентных ставок, связь цены и доходности, изменение стоимости облигации во времени

24. Виды акций. Оценка стоимости и доходности акций с постоянным дивидендом.
25. Оценка стоимости и доходности акций с изменяющимся дивидендом. Формула Гордона. Оценка доходности акций с изменяющимся дивидендом
26. Процесс разработки инвестиционной стратегии. Экономическая сущность и классификация инвестиций. Особенности реальных инвестиций. Понятие и виды инвестиционных проектов.
27. Статические критерии принятия инвестиционных решений - учетная норма доходности (Accounting Rate of Return, ARR), срок окупаемости (Payback Period, PP), ROI.
28. Динамические критерии принятия инвестиционных решений: дисконтированный срок окупаемости (Discounted Payback Period, DPP), чистый дисконтированный доход (Net Present Value, NPV), индекс рентабельности инвестиции (Profitability Index, PI), их преимущества и недостатки
29. Динамические критерии принятия инвестиционных решений: чистый дисконтированный доход (NPV), внутренняя норма доходности (IRR), модифицированная внутренняя норма доходности (MIRR, их преимущества и недостатки
30. Приростной подход при расчете денежных потоков. Структура денежных потоков: связанные с началом проекта, в процессе реализации проекта, связанные с завершением проекта. Учета инфляции и риска в инвестиционном анализе.
31. Понятие стоимости капитала компании. Структура капитала. Стоимость заемного капитала. Стоимость внутреннего и внешнего собственного капитала. Модель средневзвешенной стоимости капитала.
32. Операционный риск компании. Факторы, влияющие на операционный риск. Модель безубыточности. Расчет точки безубыточности. Влияние структуры затрат на операционный риск. Мера и расчет операционного риска.
33. Понятие финансового риска. Операционный и финансовый рычаги. Комбинированный рычаг. Использование комбинированного рычага.
34. Теория структуры капитала. Модель Миллера-Модильяни. Оптимальная структура капитала.
35. Преимущества и недостатки собственного и заемного финансирования. Факторы, определяющие структуру капитала на практике. Целевая структура капитала.
36. Сущность дивидендной политики. Теории влияния дивидендной политики на стоимость компании.
37. Факторы, влияющие на дивидендную политику. Дивидендная политика на практике. Формы выплаты дивидендов.
38. Источники собственного капитала компании. Прямое финансирование. Виды прямых инвестиций.
39. Категории акций; механизмы привлечения акционерного капитала. Процедура эмиссии.
40. Свойства долевых ценных бумаг. Основные характеристики обыкновенных и привилегированных акций.
41. Банковский кредит: стоимость, процедура получения, достоинства и недостатки.
42. Корпоративные облигации. Виды облигаций. Преимущества облигаций перед банковским кредитом
43. Лизинг. Виды лизинга. Схема лизинговой сделки. Преимущества лизинга перед кредитом на покупку оборудования.
44. Альтернативные источники заемного капитала – кредитные ноты, ЕСА-, LBO-финансирование, финансирование от поставщиков оборудования, проектное финансирование.
45. Компоненты оборотного капитала предприятия; операционный, производственный и финансовый циклы.

46. Управление денежными средствами и их эквивалентами. Целевое сальдо денежных средств. Структура портфеля краткосрочных финансовых вложений.

47. Управление дебиторской задолженностью. Выработка кредитной политики. Анализ кредитоспособности покупателя. Процедуры и политики взыскания дебиторской задолженности.

48. Анализ и управление производственными запасами. ABC-метод контроля запасов. Определение оптимального объема заказа.

49. Финансирование оборотных активов. Консервативный и агрессивный подходы к финансированию оборотных активов. Роль кредиторской задолженности. Спонтанное финансирование.

50. Виды краткосрочных кредитов: кредитная линия, овердрафт, вексель, факторинг, налоговый кредит.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (6 семестр (очная форма обучения) и 8 семестр (очно-заочная форма обучения))

Экзамен по дисциплине «**Финансовый менеджмент**» проводится в 6 семестре (очная форма обучения), 8 семестре (очно-заочная форма обучения) и включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 теоретических вопросов и задачи, относящихся к указанным темам.

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» зав.каф. МиМ (Должность, наименование кафедры) Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2023 г.	Министерство науки и высшего образования РФ													
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева													
	Кафедра менеджмента и маркетинга													
	38.03.02 Менеджмент Профиль – «Менеджмент организации»													
	Финансовый менеджмент													
Билет № _ 1. Основные концепции, лежащие в основе принятия финансовых решений. 2. Финансирование оборотных активов. Консервативный и агрессивный подходы. Роль кредиторской задолженности. Спонтанное финансирование. 3. Ожидаемая доходность актива имеет следующее распределение: <table border="1"> <tr> <td>Вероятность</td> <td>0.2</td> <td>0.6</td> <td>0.2</td> <td>1,0</td> </tr> <tr> <td>Доходность</td> <td>5%</td> <td>8%</td> <td>10%</td> <td></td> </tr> </table> Рассчитать ожидаемую доходность, риск и коэффициент вариации актива					Вероятность	0.2	0.6	0.2	1,0	Доходность	5%	8%	10%	
Вероятность	0.2	0.6	0.2	1,0										
Доходность	5%	8%	10%											

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. *Лукасевич, И. Я.* Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 1. Основные понятия, методы и концепции : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 377 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03726-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488925>

2. *Лукасевич, И. Я.* Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы : учебник и практикум для вузов / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 304 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03727-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492680>

Б. Дополнительная литература

1. [Джеймс К. Ван Хорн](#), [Джон М. Вахович](#). Основы финансового менеджмента. — М.: Вильямс. — 2018. — 1232 стр.

2. [Этрилл П.](#), [МакЛейни Э.](#) Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов, М.: Альпина Паблишер. — 2016. — 648 с.

3. Финансовый менеджмент: проблемы и решения. В 2 ч. Под ред. Бобылевой А.З. Учебник. 2-е издание, переработанное и дополненное. М.: Юрайт. 2016. 331 с.

4. Ковалев В.В. Управление финансовой структурой фирмы; 2014 г. 256 стр.

5. [Ник Антилл](#), [Кеннет Ли](#). Оценка компаний. Анализ и прогнозирование с использованием отчетности по МСФО. — М.: [Альпина Паблишер](#). - 2013 г. - 442 стр.

6. [Зви Боди](#), [Алан Дж. Маркус](#), [Алекс Кейн](#). Инвестиции. М.: [Олимп-Бизнес](#). - 2013 г. - 994 стр.

7. [Татьяна Белова](#). Финансовые и коммерческие расчеты. Ростов-на-Дону: [Феникс](#), серия [Высшее образование](#), - 2007 г. - 256 стр.

8. [Мертон Миллер](#), [Франко Модильяни](#). Сколько стоит фирма? М: [Дело](#), 1999. - 272 стр.

9. Ильина А.А. Сборник кейсов по курсу «Финансы корпораций»: Методическое пособие для семинарских занятий. - Пермь: ВШЭ. — 2007. — 91 с.

10. Просветов Г.И. Финансовый менеджмент. Задачи и решения. — М.: Альфа-Пресс. — 2007. — 340 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Нормативные правовые документы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации: Часть первая – четвертая [Принят Гос. Думой 23 апреля 1994 года, с изменениями и дополнениями по состоянию на 30 августа 2016 г.]

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть 2) от 05.08.2000 № 117-ФЗ [Принят ГД ФС РФ 19.07.2000, действующая редакция].

3. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ "О бухгалтерском учете" [Принят Государственной Думой 22 ноября 2011 года, с изменениями и дополнениями по состоянию на 30 августа 2016 г.]

4. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ "Об акционерных обществах" [принят ГД ФС РФ 24.11.1995, с изменениями и дополнениями по состоянию на 30 августа 2016 г.].

5. Федеральный закон от 08.02.1998 № 14-ФЗ (ред. от 29.04.2008, с изм. от

27.10.2008) "Об обществах с ограниченной ответственностью" [принят ГД ФС РФ 14.01.1998, с изменениями и дополнениями по состоянию на 30 августа 2016 г.].

Научные журналы:

- Журнал «Финансы и кредит». ISSN: 2071-4688.
- Журнал «Корпоративные финансы» ISSN: 2073-0438.
- Журнал «Инновации и инвестиции» ISSN: 2307-180X.
- Журнал «Управленческий учет и финансы»
- Журнал «Финансовый директор»
- Журнал ["Финансы"](#)
- Журнал [«Финансы и Экономика»](#)
- Журнал ["Финансовый вестник"](#)

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.garant.ru> – Нормативно-правовая система Гарант.
- <http://www.consultant.ru> – Справочно-правовая система Консультант Плюс.
- <http://www.aup.ru> – Административно-управленческий портал
- <http://www.econline.h1.ru> – Economics online
- <http://www.cfin.ru> – Интернет-проект «Корпоративный менеджмент»
- <http://www.mirkin.ru> – Финансовая библиотека Миркин.ру
- <http://www.finansy.ru> – [Финансы.ру](#)
- <http://www.eeg.ru/> – Экономическая экспертная группа. Аналитика и консалтинг по экономике и финансам
- <http://finanalisis.ru/> – Finanalisis.ru – [Финансовый анализ](#), [библиотека бизнес-планов](#), [бюджетирование](#)

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на

	Power Point Outlook			обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Введение. Финансовая отчетность как источник информации для финансового менеджмента	<i>Знает:</i> – фундаментальные концепции в основе финансового менеджмента; – основные финансовые документы – источник информации о финансовом состоянии и результатах деятельности компании – подходы к финансовому планированию <i>Умеет:</i> – составить отчет о движении денежных средств по балансу и отчету о финансовых результатах – рассчитать основные финансовые показатели – построить базовые финансовые модели <i>Владеет:</i> – методами анализа финансовой отчетности – методами прогнозирования финансового состояния и результатов деятельности компании	Оценка за практическое задание Оценка за контрольную работу №1 Оценка на экзамене
Раздел 2. Оценка стоимости и доходности финансовых активов	<i>Знает:</i> – концепцию временной стоимости денег; – принципиальное соотношение между риском и доходностью – концепцию диверсификации <i>Умеет:</i> – анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации; – оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений; – пользоваться MS Excel для финансовых расчетов; – проводить оценку финансовых инструментов;	Оценка за практическое задание Оценка за контрольную работу №1 Оценка на экзамене

	– рассчитать доходности и риски индивидуального актива и портфеля активов; – рассчитать стоимости и доходности реальных финансовых активов <i>Владеет:</i> – методами анализа финансовой отчетности – методами прогнозирования финансового состояния и результатов деятельности компании – навыками финансовых расчетов, в том числе в MS Excel; – статистическими методами расчета доходности и риска; – навыками оценки реальных финансовых активов	
Раздел 3. Инвестиционная стратегия компании	<i>Знает:</i> – основные типы инвестиционных проектов и связанные с ними расходы, доходы и инвестиции компаний; – критерии для оценки инвестиционных проектов – подходы и принципы прогнозирования денежных потоков от проектов – концепцию средневзвешенной стоимости капитала – фундаментальные концепции финансового менеджмента; – принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций; <i>Умеет:</i> – анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации; – оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений; – проводить оценку инвестиционных проектов; – рассчитать критерии оценки инвестиционных проектов – спрогнозировать денежные потоки от проектов различных типов – рассчитать стоимость капитала компании <i>Владеет:</i> – базовыми навыками инвестиционного анализа – методами инвестиционного анализа и анализа финансовых инструментов.	Оценка за домашнее задание (РГР) Оценка за практическое задание Оценка за контрольную работу №2 Оценка на экзамене
Раздел 4. Финансовая стратегия компании	<i>Знает:</i> – фундаментальные концепции финансового менеджмента; – принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций; – основные источники финансирования бизнеса – достоинства и недостатки заемных средств и собственного капитала как источников финансирования бизнеса <i>Умеет:</i> – анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации;	Оценка за практическое задание Оценка за контрольную работу №2 Оценка на экзамене

	– оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых финансовых и инвестиционных решений; – оценивать принимаемые финансовые решения с точки зрения их влияния на создание ценности (стоимости) компаний; – обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования; – выбрать источник финансирования в соответствии с особенностями и потребностями конкретного бизнеса; <i>Владеет:</i> – методологией оптимизации финансовой структуры компании; – методами инвестиционного анализа и анализа финансовых инструментов.	
Раздел 5. Управление оборотным капиталом.	<i>Знает:</i> – фундаментальные концепции финансового менеджмента; – принципы, способы и методы оценки активов, инвестиционных проектов и организаций; – структуру и состав оборотного капитала компании; – основные подходы к оптимизации структуры оборотного капитала; – методы управления конкретными элементами оборотного капитала; <i>Умеет:</i> – обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования; – рассчитать потребность бизнеса в конкретных элементах оборотного капитала – оценить стоимость и эффективность использования элементов оборотного капитала <i>Владеет:</i> – подходами к оптимизации оборотного капитала	Оценка за контрольную работу №2 Оценка на экзамене

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в

образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины

«Финансовый менеджмент»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.
		протокол заседания Ученого совета № _____ от «___» _____ 20__ г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Финансовые рынки и институты»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным; ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.В. Фроловой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 – Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 2 семестров.

Дисциплина **«Финансовые рынки и институты»** относится к базовой части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области базовых общеэкономических курсов (экономическая теория, институциональная экономика) и введению в специальность.

Цель дисциплины – получение студентами теоретических знаний о структуре и особенностях формирования современных финансовых рынков с учетом актуальных тенденций их развития. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области финансовых рынков и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- овладение студентами подходов и методов изучения всех компонентов финансового рынка;
- изучение финансовых институтов в формате фондовой, кредитной и валютной сфер для привлечения капитала, управлению рисками и международной торговлей взаимозаменяемыми активами.

Дисциплина **«Финансовые рынки и институты»** преподается в 3 и 4 семестрах по очной и очно-заочной формам обучения. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-4.2; ПК-4.3; ПК-4.8

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.2. Умеет разбираться в особенностях элементов рыночного механизма и их взаимодействия ОПК-1.3. Владеет навыками решения профессиональных задач, опираясь на целостное представление об основах экономического развития страны
ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.2. Умеет выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: Организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов,	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками,	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.3. Знает нормативные правовые акты, регулирующие хозяйственную деятельность	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса
			ПК-4.8. Владеет навыками финансового управления	

видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы)	управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			организации или административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- структуру и задачи финансового рынка;
- устройство финансового рынка и содержание финансовых активов;
- основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни;
- особенности обращения финансовых активов на указанных рынках;
- назначение финансовых институтов.

Уметь:

- правильно оценивать риски инвестиций;
- выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками;
- производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка.

Владеть:

- основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка;
- методами контроля над финансовым положением эмитента;
- навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего		Семестр			
			3 семестр		4 семестр	
	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	6	216	3	108	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	2,67	96	1,33	48	1,33	48
Лекции	1,78	64	0,89	32	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	0,44	16	0,44	16
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	1,67	60	0,67	24
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	1,67	0,2	0,67	
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8		59,8		24
Виды контроля:						
Экзамен	1	36	-	-	1	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4			1	0,4
Подготовка к экзамену.		35,6				35,6
Вид итогового контроля:	Экзамен		Зачет		Экзамен	

Вид учебной работы	Всего		Семестр			
			3 семестр		4 семестр	
	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	6	162	3	81	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	2,67	72	1,33	36	1,33	36
Лекции	1,78	48	0,89	24	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24	0,44	12	0,44	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	63	1,67	45	0,67	18
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	1,67	0,2	0,67	
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		62,85		44,85		18
Виды контроля:						
Экзамен	1	27	-	-	1	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,3			1	0,3
Подготовка к экзамену.		26,7				26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		Зачет		Экзамен	

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего		Семестр			
			3 семестр		4 семестр	
	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	6	216	3	108	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	0,67	24	0,67	24
Лекции	0,89	32	0,445	16	0,445	16
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	0,225	8	0,225	8
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	3,67	132	2,33	84	1,33	48
Контактная самостоятельная работа	3,67	0,2	2,33	0,2	1,33	
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		131,8		83,8		48
Виды контроля:						
Экзамен	1	36	-	-	1	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4			1	0,4
Подготовка к экзамену.		35,6				
Вид итогового контроля:	Экзамен		Зачет		Экзамен	

Вид учебной работы	Всего		Семестр			
			3 семестр		4 семестр	
	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	6	162	3	81	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36	0,67	18	0,67	18

Лекции	0,89	24	0,445	12	0,445	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12	0,225	6	0,225	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	3,67	132	2,33	63	1,33	6
Контактная самостоятельная работа	3,67	0,15	2,33	0,15	1,33	36
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		98,85		62,85		
Виды контроля:						
Экзамен	1	27	-	-	1	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,3			1	0,3
Подготовка к экзамену.		26,7				26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		Зачет		Экзамен	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения. 3 семестр.

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Финансы и финансовый рынок	22	8	4	-	10
2.	Тема 2. Рынок ценных бумаг	50	12	8	-	30
3.	Тема 3. Страховой рынок	36	12	4	-	20
	ИТОГО по 1-му семестру:	108	32	16	-	60

Очная форма обучения. 4 семестр.

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
4.	Тема 4. Кредитный рынок	26	12	6	-	8
5.	Тема 5. Рынок драгоценных металлов и камней	16	8	2	-	6
6.	Тема 6. Валютный рынок и международные финансовые институты	30	12	8	-	10
	Итого	72	32	16	-	24
	Экзамен	36			-	
	Итого по 2-му семестру:	108				
	ИТОГО по двум семестрам:	216				

Очно-заочная форма обучения. 3 семестр

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Финансы и финансовый рынок	22	4	2	-	16
2.	Тема 2. Рынок ценных бумаг	50	8	4	-	38
3.	Тема 3. Страховой рынок	36	4	2	-	30
	ИТОГО по 1-му семестру:	108	16	8	-	84

Очно-заочная форма обучения. 4 семестр

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
4.	Тема 4. Кредитный рынок	26	8	4	-	14
5.	Тема 5. Рынок драгоценных металлов и камней	16	4	2	-	10
6.	Тема 6. Валютный рынок и международные финансовые институты	30	4	2	-	24
	Итого	72	16	8	-	48
	Экзамен	36			-	
	Итого по 2-му семестру:	108				
	ИТОГО по двум семестрам:	216				

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Финансовые рынки и институты» как учебная дисциплина, ее предмет, задачи и структура курса. Взаимосвязь данной дисциплины с другими дисциплинами, изученными ранее. Требования, предъявляемые к студентам в процессе изучения дисциплины. Форма контроля полученных знаний.

Тема 1. Финансы и финансовые рынки

Сущность и функции финансов. Финансовая политика и финансовый контроль. Сущность финансовых рынков. Функции финансовых рынков. Виды финансовых рынков: валютный рынок, рынок денег, рынок кредитов, рынок ценных бумаг, страховой рынок, рынок золота, рынок драгоценных металлов.

Структурные элементы финансовой системы Российской Федерации: государственные финансы; финансы предприятий; страхование как отдельная экономическая категория, кредитно-банковская система и органы финансового контроля. Классификация финансовых ресурсов. Состав финансовых ресурсов государства. Состав финансовых ресурсов предприятий. Источники финансовых ресурсов.

Бюджетное устройство и бюджетный процесс в Российской Федерации. Экономическое содержание и структура государственных финансов, состав и структура государственных доходов, сущность и функции налогов, налоговая система, состав и структура государственных расходов. Бюджетный процесс и его стадии. Структура муниципальных финансов. Внебюджетные фонды, их роль и задачи.

Тема 2. Рынок ценных бумаг.

Понятие ценной бумаги. Эмиссия и обращение ценных бумаг. Порядок эмиссии ценных бумаг. Первичный РЦБ. Вторичный РЦБ. Биржевой рынок. Внебиржевой рынок. Особенности функционирования первичного рынка РЦБ. Виды ценных бумаг. Привилегированные и обыкновенные акции. Государственные и корпоративные облигации. Порядок начисления дивидендов и процентов. Вексель. Коносамент. Сберегательный сертификат. Депозитный сертификат. Банковская сберегательная книжка. Чек. Складское свидетельство: двойное, залоговое, складское, простое. Депозитарные расписки.

Понятие, цели и необходимость регулирования рынка ценных бумаг. Принципы регулирования. Виды регулирования: государственное регулирование и саморегулирование. Система государственного регулирования рынка ценных бумаг: органы государственного надзора, законодательно-правовая база регулирования, национальные особенности регулирования рынка.

Сущность биржевой торговли. Понятие биржи и история их возникновения. Виды бирж. Биржевой товар. Базисные рынки. Организация биржи и ее управление.

Организация биржевого торго. Биржевые сделки. Выявление биржевой цены. Клиринг и расчеты по биржевым сделкам. Компьютеризация биржевого дела. Срочные биржи. Ведущие биржи мира. Российские биржи.

Посредники на рынке ценных бумаг: финансовые и профессионалы фондового рынка: брокеры, дилеры и управляющие компании. Задачи, функции и условия работы на рынке ценных бумаг. Спекулянты на рынке ценных бумаг, их виды и задачи.

Тема 3. Страховой рынок.

Место страхования в современной экономике России. Макроэкономические показатели развития страхового рынка. Понятие неблагоприятного события. Виды неблагоприятных событий. Методы борьбы с неблагоприятными событиями - превенция, репрессия, компенсация. Страхование как механизм компенсации.

Страхование в системе экономических отношений. Страховой фонд как материальный носитель категории страхования. Способы формирования страховых фондов. Централизованные страховые фонды, их виды, формы и назначение. Достоинства и недостатки централизованного способа создания и использования страховых фондов. Самострахование как способ формирования страховых фондов: его особенности, преимущества и недостатки. Страхование как способ формирования страховых фондов. Сущность страхования. Признаки, характеризующие специфичность страхования как экономической категории. Функции страхования. Дискуссионные вопросы сущности и функций страхования.

Сфера применения страхования. Место страхования в рыночной экономике. Необходимость и проблемы развития страхования в России.

Понятие и классификация страхования имущества. Основные условия договоров страхования имущества. Объекты страхования и страховые риски. Страхователи. Методы определения страховой стоимости имущества. Системы страхового покрытия. Франшиза. Понятие гражданской ответственности и особенности ее страхования. Субъекты правоотношений при страховании ответственности. Объекты страхования и объем ответственности. Понятие лимита страховой ответственности и методы его установления. Экономическое значение личного страхования граждан, его взаимосвязь с социальным страхованием и обеспечением. Страховой интерес и страховой риск в личном страховании. Особенности договоров личного страхования, их существенные условия.

Тема 4. Кредитный рынок.

Становление российской банковской системы. Перспективы развития банковской системы. Понятие и структура кредитной системы. Кредитный механизм и банковская организация кредитных отношений.

Понятие банковской системы. Банк как элемент банковской системы. Современная структура банковской системы РФ. Функции банков как особых финансовых посредников. Виды и организационная структура коммерческих банков. Принципы деятельности коммерческих банков. Организационно-правовые формы кредитных организаций. Порядок создания и реорганизации кредитных организаций. Отзыв лицензии и ликвидация кредитных организаций. Реформы банковской системы. Формирование устойчивой банковской системы в современных условиях. Банковские риски. Страхование банковской деятельности.

Статус, функции и задачи Банка России. Принципы организации и организационное построение Банка России. Операции Банка России. Баланс Банка России. Денежно-кредитная политика Банка России. Роль Банка России в проведении единой государственной денежно-кредитной политики. Цели и основные направления денежно-кредитной политики. Инструменты и методы денежно-кредитной политики. Основные ориентиры денежно-кредитной политики Банка России на текущий период.

Депозиты до востребования. Срочные депозиты. Преимущества и недостатки для банка и клиента. Недепозитные источники формирования ресурсов. Начисление процентов по вкладам и другим долговым обязательствам банка. Агентство по страхованию вкладов. ОФБУ и индивидуальное управление. Небанковские кредитные организации.

Тема 5. Рынок драгоценных металлов и камней.

Сущность и операции рынка драгоценных металлов. Международные принципы организации рынка драгоценных металлов. Роль рынка драгоценных металлов в механизме финансового рынка. Анализ современного рынка драгоценных металлов России. Сырьевая база и проблемы золотодобычи в России. Внутренний рынок драгоценных металлов в России. Операции российских банков с драгоценными металлами.

Основные месторождения, методы добычи и добывающие компании в мире. Анализ мировой ситуации на рынке драгоценных камней. Драгоценные камни как средство

сбережений. Состояние российского алмазно-бриллиантового комплекса и его роль на мировом рынке.

Тема 6. Валютный рынок и международные финансовые институты.

Валюта и валютные ценности. Понятие валютной системы. Элементы валютной системы. Понятие конвертируемости валюты. Национальная валютная система. Региональная валютная система. Взаимосвязь национальной и мировой валютных систем. Место России в мировой валютной системе. Сущность и разновидности золотого стандарта. Парижская валютная система. Генуэзская валютная система. Валютные блоки начала 20 века. Бреттон-Вудская валютная система. Ямайская валютная система и проблемы ее развития. Европейская валютная система. Методы государственно-административного регулирования. Методы рыночного регулирования.

Типы валютных рынков по степени организованности. Типы валютных рынков по валютным ограничениям. Типы валютных рынков по степени распространения. Функции валютного рынка. Особенности формирования валютного рынка в России. Рынок FOREX – понятие и основные зоны.

Международный валютный фонд. Основные направления деятельности МВФ. Структура органов управления и уставный капитал МВФ. Проблемы и перспективы МВФ. Виды и направления деятельности Всемирного банка (Международного банка реконструкции и развития). Основные задачи, управление и деятельность Банка международных расчетов. Организация деятельности БМР. Международные финансовые и офшорные центры.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6
	Знать:						
1	– структуру и задачи финансового рынка	+					
2	– устройство финансового рынка и содержание финансовых активов	+					
3	– основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни	+	+	+	+	+	+
4	– особенности обращения финансовых активов на указанных рынках		+	+	+	+	+
5	– назначение финансовых институтов	+	+	+	+	+	+
	Уметь:						
6	– правильно оценивать риски инвестиций		+		+	+	+
7	– выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками	+	+	+	+	+	
8	– производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка		+		+	+	+
	Владеть:						
9	– основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка	+	+	+	+	+	+
10	– методами контроля над финансовым положением эмитента		+				
11	– навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.		+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения</u> :							
	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК					
9	ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.2. Умеет разбираться в особенностях элементов рыночного механизма и их взаимодействия		+	+	+	+

		ОПК-1.3. Владеет навыками решения профессиональных задач, опираясь на целостное представление об основах экономического развития страны	+	+	+	+	+	+
10	ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.2. Умеет выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	+	+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные</u> компетенции и индикаторы их достижения:								
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК						
11	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.3. Знает нормативные правовые акты, регулирующие хозяйственную деятельность	+	+	+	+	+	+
		ПК-4.8. Владеет навыками финансового управления	+	+				+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине (очная форма обучения)

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Финансы и финансовые рынки	Принципы функционирования финансового рынка; Характеристика основных инструментов финансового рынка;	2
		Воздействие глобализации на международные финансовые рынки; Особенности международного финансового рынка; Участники международного финансового рынка;	2
2	Рынок ценных бумаг	Международный рынок производных ценных бумаг и его регулирование; Государственное регулирование рынка деривативов;	2
		Форвардные и фьючерсные контракты; Основные принципы совершения фьючерсных сделок;	3
		Международный рынок опционов; Кредитные деривативы. Структура мирового рынка кредитных деривативов;	2
		Международная ассоциация по свопам и деривативам;	1
3	Страховой рынок	Становление и развитие страхового рынка ЕС; Взаимодействие российских и иностранных страховщиков;	2
		Обязательное пенсионное страхование граждан; Страхование жизни; Страхование мошенничества;	2
4	Кредитный рынок	Активные и пассивные операции коммерческих банков; Кредитный договор. Структура и порядок оформления;	2
		Расчет кредита с помощью аннуитентных и дифференцированных платежей; Простые и сложные проценты по банковским вкладам;	2
		Кредитный рынок как объект инвестирования;	2
5	Рынок драгоценных металлов и камней	Основные участники рынка драгоценных металлов; Лондонская ассоциация рынка золота; Рынок золота в Цюрихе; Система золотых электронных денег; Обезличенные металлические счета;	2
6	Валютный рынок и международные финансовые	Деятельность МВФ по совершенствованию инструментов для предотвращения спадов и кризисов и оказанию помощи бедным странам;	2
		Совет по финансовой стабильности БМР; Базельский комитет по банковскому надзору (БКБН);	2

	институты	Всемирная торговая организация;	2
		Типы офшорных финансовых центров; Тайны банковских сейфов ОФЦ.	2

Примерные темы практических занятий по дисциплине (заочная форма обучения)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Финансы и финансовые рынки	Принципы функционирования финансового рынка; Характеристика основных инструментов финансового рынка;	2
2	Рынок ценных бумаг	Международный рынок производных ценных бумаг и его регулирование; Государственное регулирование рынка деривативов;	4
3	Страховой рынок	Обязательное пенсионное страхование граждан; Страхование жизни; Страховое мошенничество;	2
4	Кредитный рынок	Активные и пассивные операции коммерческих банков; Кредитный договор. Структура и порядок оформления;	4
5	Рынок драгоценных металлов и камней	Система золотых электронных денег; Обезличенные металлические счета;	2
6	Валютный рынок и международные финансовые институты	Деятельность МВФ по совершенствованию инструментов для предотвращения спадов и кризисов и оказанию помощи бедным странам;	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. Д.И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал,

законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине за 3 семестр складывается из устных опросов на семинарах (максимальная оценка 30 баллов), контрольных работ (максимальная оценка 20 баллов), практических заданий (максимальная оценка 40 баллов), и доклада (максимальная оценка 10 баллов).

Совокупная оценка по дисциплине за 4 семестр складывается из устных опросов на семинарах (максимальная оценка 30 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 20 баллов), доклада (максимальная оценка 10 баллов) и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Примерные темы рефератов

1. Проблемы и перспективы развитие фондового рынка в России.
2. Финансовые риски, их оценка и методы страхования рисков.
3. Критерии выбора типа облигаций для их размещения.
4. Ценообразование облигаций, оценка и анализ факторов, определяющих цену облигаций.
5. Принципы формирования портфеля акций на российском рынке.
6. Оценка рисков инвестирования в акции в России и на зарубежных рынках.
7. Анализ развития российского рынка акций.
8. Модели ценообразования акций и возможности их применения в России.
9. Преимущественные права; правовой статус, условия выпуска и обращения.
10. Депозитарные расписки. Опыт и проблемы выпуска депозитарных расписок российскими предприятиями.
11. Анализ развития рынка государственных ценных бумаг в России.
12. Фондовые индексы: взаимодействие российских и зарубежных индексов.
13. Анализ причин финансового кризиса и пути выхода из кризисного состояния.
14. Развитие российского рынка ценных бумаг в послекризисный период.
15. Российские эмитенты на рынке еврооблигаций.
16. Проблемы глобализации финансовых рынков.
17. Вступление России в ВТО и развитие финансовых рынков.
18. Модели развития фондовых рынков (англо-американская, германская, японская) и их применимость для России.
19. Проблемы формирования инфраструктуры фондового рынка в России.
20. Сравнительный анализ облигаций и банковского кредита: преимущества и недостатки.
21. Проблемы оценки качества облигаций.
22. Прогнозирование вероятности дефолта по корпоративным облигациям.
23. Сравнительный анализ обыкновенных акций, привилегированных и облигаций. Их роль в финансировании компаний.
24. Проблемы и перспективы секьюритизации финансовых активов.
25. Становление рынка ипотечных облигаций в России.
26. Модели развития рынка ипотечных облигаций: сравнительный анализ.

27. Алгоритмическая торговля на современных фондовых рынках.
28. Стратегии инвестирования, используемые при совершении операций с акциями.
29. Развитие вексельного рынка в России и за рубежом.
30. Активно и пассивно управляемые инвестиционные фонды.
31. Отличие кредитной системы от банковской.
32. Роль и место Банка России в денежно-кредитном регулировании экономики.
33. Особенности процентной политики Банка России.
34. Сущность и функции кредита, его роль в развитии экономики страны.
35. Формирование банковских ресурсов.
36. Место и роль небанковских кредитных организаций в кредитной системе страны.
37. История развития рынка драгоценных металлов.
38. Мировой рынок золота.
39. Золотовалютные запасы в мире.
40. Оценка потребительских свойств и стоимость ювелирных изделий.
41. Роль золотого стандарта в мировой валютной системе.
42. Рынок алмазов.
43. Валютная политика и валютное регулирование в Российской Федерации.
44. Валютные риски.
45. Девальвация и ревальвация национальной денежной единицы: положительные и отрицательные последствия.
46. Особенности развития страхования в Центральной Европе.
47. Специфика страхования в Китае.
48. Структура страхового рынка личного страхования в России: состояние и динамика развития.
49. Государственное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности.
50. История развития мирового рынка страхования.
51. Банковская система США.
52. Альтернативные виды кредитования: факторинг и форфейтинг (понятие, виды, назначение, преимущества).
53. Лизинг как форма финансирования: понятие, участники, виды, преимущества использования.
54. Рынок Forex.
55. Международный валютный фонд.
56. «Голубые фишки» на рынке ценных бумаг.
57. Лондонский рынок золота.
58. Крупнейшие международные финансовые центры.
59. Пенсионный рынок: понятие и структура.
60. Регистраторы и депозитарии как элементы учетной системы рынка ценных бумаг.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Раздел 1.

- 1) Что такое финансы, их отличие от денег.
- 2) Назовите основные функции финансов.
- 3) Централизованные и децентрализованные финансы
- 4) Государственный бюджет (его доходы и расходы).
- 5) Что такое финансовая система и каково ее назначение
- 6) Что такое финансовый институт

- 7) Инвестиционные и некоммерческие финансовые институты
- 8) Расскажите о роли международных финансовых организаций
- 9) Финансовая политика (Основные типы и составные компоненты).
- 10) Финансовый контроль (Основные принципы и виды финансового контроля).
- 11) Объясните назначение финансового рынка и его функции.

Раздел 2.

- 1) Что такое ценная бумага?
- 2) Дайте определение рынка ценных бумаг.
- 3) Охарактеризуйте основные функции РЦБ.
- 4) Какие участники РЦБ вам известны?
- 5) Что относят к инфраструктуре РЦБ?
- 6) Какие виды рынков выделяют на РЦБ?
- 7) В чем состоит отличие организованного РЦБ от неорганизованного?
- 8) Охарактеризуйте рынки по видам ценных бумаг.
- 9) Что такое регулирование РЦБ?
- 10) Что включает в себя процесс регулирования на РЦБ?
- 11) Объясните, чем прямое регулирование рынка ценных бумаг отличается от косвенного.
- 12) Назовите основные органы государственного регулирования РЦБ в РФ.
- 13) Что такое акция и каковы ее характеристики?
- 14) В чем отличие открытых и закрытых акционерных обществ?
- 15) В чем привлекательность акций для эмитента и для инвестора?
- 16) В чем отличие привилегированных акций от простых?
- 17) Расскажите, кто может быть эмитентом акций.
- 18) Дайте характеристики различным видам акций.
- 19) Что такое дивиденд? В каком виде он может быть выплачен?
- 20) Дайте характеристику различным видам цен акций.
- 21) Объясните, что такое «голубые фишки».
- 22) Что такое облигация? Чем она отличается от акции?
- 23) Классификация облигаций. Дайте их характеристики.
- 24) Что такое облигационный купон?
- 25) Объясните, чем рыночная цена облигации отличается от номинальной.
- 26) В чем отличие купонных и бескупонных облигаций?
- 27) Что такое вексель?
- 28) Чем переводной вексель отличается от простого?
- 29) Расскажите об индоссаменте.
- 30) Приведите отличия векселя от акций и облигаций.
- 31) Что такое чек?
- 32) Назовите основные виды чеков.
- 33) Кого называют стратегическими инвесторами, каковы их цели?
- 34) Дайте характеристику институциональным инвесторам.
- 35) Что значит «управлять портфелем ценных бумаг»?
- 36) Чем отличаются тактики инвестирования?

Раздел 3.

- 1) Экономическая сущность, принципы и функции страхования
- 2) Перечислите понятия и термины, выражающие наиболее общие условия страхования. Раскройте их значение.
- 3) Основные субъекты на рынке страховых услуг
- 4) Организационно-правовые основы страховой деятельности в Российской Федерации

- 5) В чем заключается работа страхового агента?
- 6) В чем заключается работа страхового брокера?
- 7) Что такое личное страхование?
- 8) Расскажите об условиях страхования от несчастных случаев.
- 9) Объясните условия медицинского страхования
- 10) Страхование жизни
- 11) Классификация имущественного страхования
- 12) Расскажите о транспортном страховании
- 13) Страхование профессиональной ответственности
- 14) Страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств
- 15) Что такое «зеленая карта»?

Раздел 4.

- 1) Сущность, принципы и функции кредита.
- 2) Основные формы кредита.
- 3) Структура кредитной системы РФ.
- 4) Цели и задачи ЦБ (Банка России).
- 5) Органы управления ЦБ (Банка России).
- 6) Кредитный рынок как объект инвестирования.

Раздел 5.

- 1) Сущность, принципы и функции кредита.
- 2) Основные формы кредита.
- 3) Структура кредитной системы РФ.
- 4) Цели и задачи ЦБ (Банка России).
- 5) Органы управления ЦБ (Банка России).
- 6) Кредитный рынок как объект инвестирования.
- 7) Банковский сектор.
- 8) Небанковские кредитные организации.
- 9) Вспомогательные организации.
- 10) Операции коммерческих банков по привлечению временно свободных средств.
- 11) Агентство по страхованию вкладов.
- 12) Основные виды товарного (коммерческого) кредита.

Примеры вопросов для реализации тестирования по дисциплине.

Максимальная оценка – 10 баллов.

1) Уменьшение обменного курса национальной денежной единицы по отношению к ведущим мировым валютам это:

- А) Тезаврация;
- Б) Ревальвация;
- В) Девальвация;
- Г) Интервенция;

2) К конъюнктурным факторам, влияющим на величину валютного курса, не относятся:

- А) величина инфляции;
- Б) политическая обстановка в стране;
- В) состояние платежного баланса;

Г) уровень деловой активности в стране;

3) К структурным факторам, влияющим на величину валютного курса, относятся:

- А) Процентная политика государства;
- Б) Уровень деловой активности в стране;
- В) Уровень развития национальной экономики;
- Г) Государственное регулирование валютного курса;

4) Что происходит с курсом валюты, после проведения ЦБ РФ валютных интервенций:

- А) Курс рубля повышается, происходит процесс удешевления валюты;
- Б) Спрос на валюту увеличивается, соответственно повышается ее курс;

5) Не являются свободно конвертируемыми валютами:

- А) Австралийский доллар;
- Б) Шведская крона;
- В) Китайский юань;
- Г) Японская иена;
- Д) Камбоджийский риель;

6) К мерам государственного воздействия на величину валютного курса относятся:

- А) Изменение ЦБ РФ ключевой ставки;
- Б) Введение прямых валютных ограничений;
- В) Продажа ЦБ РФ валюты в обмен на рубли;
- Г) Все ответы верны;

7) К резервным валютам относятся:

- А) Доллар Австралийский;
- Б) Евро
- В) Японская Иена
- Г) Французский франк;
- Д) Английский фунт стерлингов;

8) В состав международных резервов страны включаются:

- А) Монеты, изготовленные из золота с пробой металла не ниже 995/1000;
- Б) Объем топлива, находящийся в государственных хранилищах;
- В) Международные резервные активы, эмитированные МВФ и находящиеся на счете страны в Департаменте СДР фонда;
- Г) Драгоценные камни, находящиеся в Гохране.

9) В структуру валютного рынка входят:

- А) Инвестиционные компании;
- Б) Биржи;
- В) Уполномоченные банки;
- Г) Ломбарды;

10) Отток капитала из страны обеспечивается:

- А) За счет ввоз валюты экспортерами;
- Б) Займами в иностранных банках российскими предприятиями;

- В) За счет приобретения иностранных активов российскими фирмами;
Г) Ссудами предоставляемыми российскими банками гражданам других стран.

Примерный перечень задач для проведения практических занятий.

Задача 1 (5 баллов):

Банком принят депозит в сумме 50000 рублей сроком на 3 месяца (90 дней), по плавающей ставке. На первый месяц (30 дней) процентная ставка - 10%, на последующие 2 месяца (60 дней) процентная ставка – 12 %. Определить сумму дохода по данному депозиту.

Задача 2 (5 баллов):

Определить достаточно ли у страны международных резервов, для того чтобы оплачивать импорт в течение 3 месяцев. Международные резервы 190,2 млрд. долл. США, среднемесячный импорт товаров и услуг 36,5 млрд. долл. США.

Задача 3 (5 баллов):

Акционерное общество выпустило 30 тыс. обыкновенных акций с номинальной стоимостью 1000 руб., из которых 21 тысяча было продано акционерам, а 9 тысяч остались непроданными. Через некоторое время еще 2000 акций была выкуплена обществом у акционеров. Было принято решение о распределении в качестве дивидендов 6 млн. рублей их прибыли. Какая сумма дивиденда на каждую акцию может быть выплачена?

Задача 4 (5 баллов):

Определить размер годовой процентной ставки по вкладу, необходимый, чтобы за 10 лет имеющиеся 70000 рублей у вкладчика превратились в 130000 рублей.

Задача 5 (5 баллов):

Физическое лицо торгует акциями на фондовом рынке через брокера. В апреле 2014 года он купил акции Сбербанка по цене 167,35 рублей за одну обыкновенную акцию. В сентябре 2014 года он продал акции по цене 198,5 рублей. Рассчитайте годовую доходность этой сделки.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (3 семестр – зачет (очная форма), 3 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (4 семестр – экзамен (очная форма), 4 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

Максимальное количество баллов за вид контроля из УП – 40 баллов. Экзаменационный билет содержит 2 вопроса и задачу. Задача – 20 баллов, вопрос 1 и 2 – 10 баллов каждый.

- 1) Сущность финансов, их функция и роль в экономике;
- 2) Финансовая система и финансовые институты;
- 3) Финансовая политика Российской Федерации и финансовый контроль;
- 4) Понятие и характеристика финансового рынка;
- 5) Участники финансового рынка и их функции;
- 6) Характеристика основных инструментов финансового рынка;
- 7) Рынок ценных бумаг, его значение и функции;
- 8) Классификация рынков ценных бумаг;
- 9) Регулирование рынка ценных бумаг и правовая инфраструктура;

- 10) Виды ценных бумаг, их характеристики;
- 11) Общая характеристика акций, их свойства, виды и классификация;
- 12) Общая характеристика облигаций, их свойства и классификация;
- 13) Вексель как ценная бумага. Его характеристика и основные виды;
- 14) Рынок производных финансовых инструментов;
- 15) Сущность государственных ценных бумаг, их виды и основные способы их размещения;
- 16) Сертификаты, коносамент и чеки. Характеристика и классификация;
- 17) Инвесторы как главные участники рынка ценных бумаг;
- 18) Эмитенты как участники рынка ценных бумаг;
- 19) Профессиональные участники рынка ценных бумаг;
- 20) Характеристика фондов коллективного инвестирования;
- 21) Фондовая биржа;
- 22) Биржевые индексы;
- 23) Технический анализ фондового рынка;
- 24) Фундаментальный анализ фондового рынка;
- 25) Риски на рынке ценных бумаг;
- 26) Методы оценки и минимизации рисков на рынке ценных бумаг;
- 27) Экономическая сущность, принципы и функции страхования;
- 28) Основные субъекты на рынке страховых услуг;
- 29) Основные формы и виды страховой деятельности;
- 30) Организационно-правовые основы страховой деятельности в Российской Федерации.
- 31) Необходимость и сущность кредита как экономической категории;
- 32) Функции и принципы кредита;
- 33) Основные формы кредита;
- 34) Кредитная система Российской Федерации и ее структура;
- 35) Центральный Банк Российской Федерации;
- 36) Банковский рынок;
- 37) Небанковский кредитно-финансовый сектор. Вспомогательные организации кредитной системы Российской Федерации;
- 38) Негосударственные пенсионные фонды;
- 39) Кредитный рынок как объект финансирования;
- 40) Рынок депозитов;
- 41) Понятие, сущность и функции коммерческого банка;
- 42) Пассивные и активные операции коммерческого банка, сущность, содержание;
- 43) Кредитный договор - его сущность и содержание. Основные формы обеспечения кредитов, выдаваемых банком;
- 44) Процедура (этапы) выдачи кредитов банком. Условия предоставления кредитов в зависимости от финансового состояния заемщика;
- 45) Рынок драгоценных металлов. Стандартные и мерные слитки драгоценных металлов;
- 46) Структура рынка драгоценных металлов;
- 47) Рынок золота. Отличия рынка реального золота и контрактов на него;
- 48) Основные участники рынка драгоценных металлов;
- 49) Обезличенные металлические счета;
- 50) Рынок драгоценных камней;
- 51) Международная валютная система и основные мировые валюты;
- 52) Золотовалютные резервы России;
- 53) Структура валютного рынка;
- 54) Валютная политика и валютное регулирование в Российской Федерации;

- 55) Валютные биржи. Международный валютный рынок Forex;
- 56) Международный валютный фонд. Общая характеристика, основные задачи и функции;
- 57) Группа Всемирного банка;
- 58) Всемирная торговая организация;
- 59) Банк международных расчетов (БМР);
- 60) Международные финансовые и офшорные центры.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена

Экзамен по дисциплине **«Финансовые рынки и институты»** включает контрольные вопросы по всем разделам учебной программы дисциплины. **Экзамен** проводится в 4 семестре для обучающихся по очной форме обучения и в 4 семестре для студентов очно-заочной формы обучения. Экзаменационный билет состоит из 3 вопросов, относящихся к разным разделам курса. Первый и второй вопросы билета предусматривают развернутые ответы студента по достаточно объемной тематике, третий – решение задачи. Ответы на вопросы экзаменационного билета оцениваются из 40 баллов следующим образом: первый и второй вопросы – по 10 баллов каждый, задача – 20 баллов.

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга _____ Д.С. Лопаткин «__» _____ 2023 г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Финансовые рынки и институты
Билет № _ 1. Сертификаты, коносамент и чеки. Характеристика и классификация. (Максимальное количество баллов – 10). 2. Банковский рынок. (Максимальное количество баллов – 10). 3. Стоимость застрахованного имущества составляет 150 тыс. руб., страховая сумма – 100 тыс. руб., ущерб страхователя – 110 тыс. руб. Определить страховое возмещение по системе пропорциональной ответственности и системе первого риска. (Максимальное количество баллов – 20)	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Финансовые рынки и институты: учеб. пособие / Д. С. Лопаткин, О. М. Голикова. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2017. – 172 с.

2. Финансовые рынки и институты. Практические задания: учебно-методическое пособие / сост. Д. С. Лопаткин, Г. Е. Шалдина. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2018 – 52 с.

Б. Дополнительная литература

1. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для вузов / Н. Б. Болдырева [и др.]; под редакцией Н. Б. Болдыревой, Г. В. Черновой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15055-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490173>

2. Гузнов, А. Г. Публично-правовое регулирование финансового рынка в Российской Федерации: монография / А. Г. Гузнов, Т. Э. Рождественская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 500 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-10168-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491266>

3. Гусева, И. А. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для вузов / И. А. Гусева. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 347 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00339-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489743>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.

Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. ISSN: 2312-5330.

Журнал «Банковские услуги». ISSN: 2075-1915.

Журнал «Финансы и кредит». ISSN: 2071-4688.

Журнал «Корпоративные финансы» ISSN: 2073-0438.

Журнал «Инновации и инвестиции» ISSN: 2307-180X.

Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736.

Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627.

International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

1. Сайт Центрального Банка РФ: www.cbr.ru
2. Министерство финансов РФ: www.minfin.ru
3. Агентство по страхованию вкладов: <http://www.asv.org.ru/>
4. Сайт Международного валютного фонда: <http://www.imf.org/external/russian/>
5. Сайт Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru/>
6. Крупнейший финансовый портал Рунета: <http://www.banki.ru/>
7. Сайт инвестиционной компании «Финам»: <http://www.finam.ru/>
8. Сайт Московской биржи: <http://moex.com/>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

компьютерные презентации интерактивных лекций – 10, (общее число слайдов – 122);

банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 700);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование модулей	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Тема 1. Финансы и финансовые рынки	<i>Знает:</i> - структуру и задачи финансового рынка; - устройство финансового рынка и содержание финансовых активов; - основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни; - назначение финансовых институтов. <i>Умеет:</i>	Устный опрос

	- выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками. <i>Владеет:</i> - основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка.	
Тема 2. Рынок ценных бумаг	<i>Знает:</i> основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни; особенности обращения финансовых активов на указанных рынках; назначение финансовых институтов. <i>Умеет:</i> правильно оценивать риски инвестиций; выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками; производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка. <i>Владеет:</i> основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка; методами контроля над финансовым положением эмитента; навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.	Устный опрос Оценка за тест
Тема 3. Страховой рынок	<i>Знает:</i> – основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни; – особенности обращения финансовых активов на указанных рынках; – назначение финансовых институтов. <i>Умеет:</i> – выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками. <i>Владеет:</i> – основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка;	Оценка за контрольную работу Оценка за зачет

	– навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.	
Тема 4. Кредитный рынок	<i>Знает:</i> – основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни; – особенности обращения финансовых активов на указанных рынках; – назначение финансовых институтов. <i>Умеет:</i> – выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками; – правильно оценивать риски инвестиций; – производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка. <i>Владеет:</i> – основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка; – навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.	Оценка за контрольную работу Оценка за практическую работу
Тема 5. Рынок драгоценных металлов и камней	<i>Знает:</i> – основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни; – особенности обращения финансовых активов на указанных рынках; – назначение финансовых институтов. <i>Умеет:</i> – выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками; – правильно оценивать риски инвестиций; – производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка. <i>Владеет:</i>	Устный опрос

	– основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка; – навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.	
Тема 6. Валютный рынок и международные финансовые институты	<i>Знает:</i> – основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни; – особенности обращения финансовых активов на указанных рынках; – назначение финансовых институтов. <i>Умеет:</i> – производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка; – правильно оценивать риски инвестиций. <i>Владеет:</i> – основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка; – навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.	Устный опрос Оценка за экзамен

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Финансовые рынки и институты»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета

протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Финансовый учет и анализ»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена кандидатом экономических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Г.Е. Шалдиной

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Финансовый учет и анализ»** относится к базовой части дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области базовых общеэкономических курсов (экономическая теория и институциональная экономика).

Цель дисциплины - формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков по методологии и организации получения информации о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности.

Задача изучения дисциплины сводится к обучению студентов принципам финансового учета в рыночной экономике, изучению основных правил учета активов предприятия, его обязательств, хозяйственных процессов и финансовых результатов, обучению методам финансового анализа.

Дисциплина **«Финансовый учет и анализ»** преподается в 3 семестре для очной формы обучения и в 5 семестре для заочной формы. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: УК-2.3; ОПК-2.2; ПК-4.1; ПК-4.3; ПК-4.6

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.3. Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.2. Умеет определять содержание и анализировать информацию, необходимую для принятия управленческих решений

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.1. Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики ПК-4.3. Знает нормативные правовые акты, регулирующие хозяйственную деятельность ПК-4.6. Умеет оценивать финансовую эффективность хозяйственной деятельности	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или

Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	управленческих решений и консалтинга)			административного регламента организации.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- сущность, принципы, предмет и задачи бухгалтерского учета;
- систему сбора, обработки, хранения и подготовки учетной и отчетной информации в соответствии с требованиями бухгалтерского учета;
- методы бухгалтерского учета и экспресс-анализа финансового состояния предприятия;
- характеристику имущества предприятия по составу и размещению, по источникам его образования;
- характеристику и способы отражение в учете хозяйственных процессов и хозяйственных операций;
- экономический смысл информации, содержащейся в финансовой (бухгалтерской) отчетности.

Уметь:

- самостоятельно находить ответы на вопросы, связанные с финансовым учетом в соответствующих нормативных актах;
- работать с внешними и внутренними бухгалтерскими документами;
- применять методы экспресс- анализа финансового состояния предприятия.

Владеть:

- методами осуществления учетных операций на основании соответствующих документов;
- методикой анализа финансового состояния предприятия.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64	48
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,22	80	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,22	80	60
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,1	112	84
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	3,1	112	84
Вид контроля:			
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7
Вид итогового контроля	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основы финансового учета	42	6	6	-	30
2.	Раздел 2. Финансовый учет	70	20	20	-	30
3.	Раздел 3. Основные направления анализа финансовой отчетности	32	6	6	-	20
	ИТОГО	144	32	32	-	80
	Экзамен	36				
	ИТОГО	180				

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основы финансового учета	34	2	2	-	30
2.	Раздел 2. Финансовый учет	72	10	10	-	52
3.	Раздел 3. Основные направления анализа финансовой отчетности	38	4	4	-	30
	ИТОГО	144	16	16	-	112
	Экзамен	36				
	ИТОГО	180				

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Основы финансового учета.

Понятие хозяйственного учета. Виды хозяйственного учета. Сущность и задачи финансового(бухгалтерского) учета. Финансовый и управленческий учет. Законодательное и нормативное регулирование бухгалтерского (финансового) учета в РФ. Объекты финансового (бухгалтерского) учета. Состав и система классификации объектов финансового (бухгалтерского) учета. Имущество организации, источники его образования, хозяйственные процессы, доходы, расходы и финансовый результат.

Методы финансового (бухгалтерского) учета. Основные элементы метода бухгалтерского учета. Документирование, инвентаризация, балансовое обобщение, счета, двойная запись, оценка, калькулирование. Требования к составлению, оформлению и регистрации документов, отражающих содержание хозяйственных фактов.

Назначение счетов бухгалтерского учета, их виды (активные, пассивные, активно-пассивные). Схемы соответствующих счетов. Понятие двойной записи. Бухгалтерские проводки и корреспондирующие счета. Понятие баланса как равенства имущества и обязательств. Балансовое уравнение. Изменения в балансе под влиянием хозяйственных операций. Цели, порядок проведения инвентаризации. Отражение результатов инвентаризации в аналитическом и синтетическом учете.

Организация финансового (бухгалтерского) учета. Основные принципы и правила организации финансового (бухгалтерского учета). Требование полноты, своевременности, осмоторительности, приоритета содержания над формой, рациональности, непротиворечивости. основополагающие принципы: стоимостная оценка, начисление, существенность, осмоторительность, объективность и др.

Учетные регистры. Понятие бухгалтерской отчетности, ее состав и содержание.

Раздел 2. Финансовый (бухгалтерский) учет.

Учет денежных средств. Безналичная форма расчетов. Порядок открытия расчетного счета предприятия. Документальное оформление банковских операций с расчетным счетом. Правила ведения кассовых операций и их документальное оформление. Отчет о движении денежных средств.

Учет основных средств (ОС). Определение (ОС), классификация, оценка. Учет наличия и движения основных средств. Амортизация основных средств. Порядок переоценки ОС. Понятие капитальных вложений.

Учет нематериальных активов (НА). Понятие НА, классификация и оценка. Учет поступления и выбытия. Определение срока полезного использования НА. Амортизация НА.

Учет финансовых вложений. Определение, классификация и оценка финансовых вложений. Учет вкладов в уставные капиталы других организаций. Учет финансовых вложений в займы. Учет финансовых вложений в акции и облигации. Обесценение финансовых вложений, создание резерва под обесценение.

Учет запасов организации. Понятие, классификация, оценка и основные задачи учета запасов. Документальное оформление поступления и расходования материальных ценностей. Синтетический учет материалов. Учет резерва под снижение стоимости материальных ценностей.

Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции. Расходы организации: их понятие и группировка. Сущность и содержание затрат. Затраты, относимые на себестоимость продукции, прибыль предприятия и специальные источники финансирования.

Учет готовой продукции и ее реализации. Готовая продукция, ее виды и оценка. Синтетический учет готовой продукции. Учет отгрузки. Учет расходов, связанных с продажей продукции, товаров, работ и услуг. Учет реализации.

Учет расчетов по оплате с персоналом. Виды, формы и системы оплаты труда, порядок ее начисления. Состав фонда заработной платы и выплат социального характера. Состав затрат на оплату труда, включаемых в себестоимость продукции. Учет удержаний из заработной платы. Учет расчетов по социальному страхованию.

Учет текущих обязательств и расчетов. Принципы учета дебиторской и кредиторской задолженности. Учет расчетов с подотчетными лицами. Учет расчетов с учредителями. Расчеты с покупателями и поставщиками. Форма расчетов.

Учет расчетов по федеральным налогам. Учет расчетов по налогам субъектов российской Федерации. Учет расчетов по местным налогам. Учет расчетов по внебюджетным платежам.

Учет собственных и заемных средств Понятие и состав капитала организации. Учет уставного капитала, резервного и добавочного капитала.

Понятие кредитов и займов. Учет расчетов по кредитам банков и заемным средствам.

Учет финансовых результатов. Структура и порядок формирования финансового результата деятельности организации. Финансовые результаты от обычных видов деятельности и прочих доходов и расходов. Учет нераспределенной прибыли.

Раздел 3. Основные направления анализа финансовой отчетности

Анализ финансового состояния организации. Горизонтальный и вертикальный анализ.

Анализ ликвидности баланса. Расчет показателей платежеспособности и ликвидности.

Типы финансовой устойчивости и факторы ее определяющие.

Анализ финансовых результатов и деловой активности организации. Анализ показателей прибыли и рентабельности. Факторы, определяющие уровень прибыли и рентабельности организации. Анализ деловой активности и факторы на нее влияющие.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	- сущность, принципы, предмет и задачи бухгалтерского (финансового) учета;	+		
2	- систему сбора, обработки, хранения и подготовки учетной и отчетной информации в соответствии с требованиями бухгалтерского (финансового) учета;	+		
3	- методы бухгалтерского учета и экспресс анализа финансового состояния предприятия;	+		+
4	- характеристику имущества предприятия по составу и размещению, по источникам его образования;	+	+	
5	- характеристику и отражение в учете хозяйственных процессов и хозяйственных операций;	+	+	
6	- экономический смысл информации, содержащийся в бухгалтерской (финансовой) информации.		+	+
	Уметь:			
7	- самостоятельно находить ответы на вопросы, связанные с финансовым учетом в соответствующих нормативных актах;		+	
8	- работать с внешними и внутренними бухгалтерскими документами;	+	+	
9	- применять методы экспресс анализа финансового состояния предприятия.			+
	Владеть:			
10	- методами осуществления учетных операций на основании соответствующих документов;	+	+	
11	- методикой углубленного анализа финансового состояния предприятия			+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :				
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК		
12	- УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	- УК-2.3. Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	+	+

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные</u> компетенции и индикаторы их достижения:					
	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК			
13	- ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	- ОПК-2.2. Умеет определять содержание и анализировать информацию, необходимую для принятия управленческих решений	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные</u> компетенции и индикаторы их достижения:					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
14	- ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	- ПК-4.1. Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики и издержек производства	+		
		- ПК-4.3. Знает нормативные правовые акты, регулирующие хозяйственную деятельность организации	+	+	
		- ПК-4.6. Умеет оценивать финансовую эффективность хозяйственной деятельности	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1	Содержание форм финансовой (бухгалтерской) отчетности; Изменения в балансе под влиянием хозяйственных операций; Система счетов и двойная запись; Учетные регистры.	6
2	Раздел 2	Учет кассовых операций и операций по расчетным счетам; Расчет и учет амортизации основных фондов; Оценка финансовых вложений; Учет расходования материально-производственных запасов; Учет расходов по обычным видам деятельности; Учет продажи продукции и расходов, связанных с продажей; Расчет заработной платы и социальных взносов; Учет текущих обязательств; Учет финансовых результатов.	20
3	Раздел 3	Расчет показателей платежеспособности и ликвидности; Оценка рентабельности; Анализ денежных потоков.	6

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1	Содержание форм финансовой (бухгалтерской) отчетности; Система счетов и двойная запись; Учетные регистры.	2
2	Раздел 2	Учет кассовых операций и операций по расчетным счетам; Расчет и учет амортизации основных фондов; Оценка финансовых вложений; Учет расходования материально-производственных запасов; Учет продажи продукции и расходов, связанных с продажей; Расчет заработной платы и социальных взносов Учет финансовых результатов.	10
3	Раздел 3	Расчет показателей платежеспособности и ликвидности; Оценка рентабельности; Анализ денежных потоков.	4

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.
- подготовка к сдаче **экзамена** по дисциплине.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение пяти контрольных работ (максимальная оценка – 40 баллов), практического задания (максимальная оценка – 20 баллов) и итогового контроля в форме **экзамена** (максимальная оценка – 40 баллов).

8.1. Примеры устных контрольных вопросов и письменных контрольных работ для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 5 контрольных работ. Максимальная оценка за контрольные работы 1 и 2 составляет 5 баллов за каждую, за 3 – 10 баллов, 4 – 5 баллов, 5 – 15 баллов. За выполнение практического задания максимальная оценка составляет – 20 баллов.

Раздел 1. Основы финансового учета.

Примерный перечень вопросов для текущего устного контроля освоения дисциплины.

1. Перечислите виды хозяйственного учета.
2. Сформулируйте принципиальные отличия финансового учета и управленческого.
3. Назовите объекты финансового учета.
4. Что такое «активы»?
5. Что такое «обязательства»?
6. Что такое «доходы»?
7. Что такое «расходы»?

8. Приведите пример первого типа изменения баланса под влиянием хозяйственной операции.
9. Приведите пример структуры счета бухгалтерского учета.
10. Приведите схему активного счета.
11. Приведите схему пассивного счета.
12. Что такое «принцип двойной записи»?
13. Приведите пример аналитического и синтетического счета.
14. Определите содержание журнала регистрации хозяйственных операций.
14. Определите содержание оборотной ведомости по синтетическим счетам.
15. Дайте определение «счета бухгалтерского учета»
16. Какая информация содержится в Плане счетов?
17. Что понимается под учетной политикой организации?
18. На каком счете отражается информация о задолженности учредителя по вкладам в уставный капитал?

Контрольная работа №1. Максимальная оценка 5 баллов.

При ответе указать источник ответа (№ ПБУ пункт в тексте)

Вариант 1

1. К какому виду дохода относятся поступления от другой организации в виде экспортных пошлин, НДС?
2. Признаются ли доходами поступления в виде предварительной оплаты продукции, товаров, услуг?
3. К какому виду доходов относится выручка, полученная по договору аренды?
4. Вклады участников (собственников имущества), приводящие к увеличению капитала этой организации, увеличивают ли ее доходы?
5. К какому виду доходов относятся полученные дивиденды?

Вариант 2

1. Как определяется выручка по договорам, предусматривающим исполнение обязательств не денежными средствами?
2. Как оцениваются доходы организации, если активы получены безвозмездно?
3. Организация перечислила 100% предоплаты за обучение работников. Какой это вид расходов?
4. По какому признаку подразделяются расходы организации?
5. Как группируются расходы по обычным видам деятельности?

Вариант 3

1. Признаются ли доходами поступления в виде предварительной оплаты продукции, товаров, услуг?
2. Вклады участников (собственников имущества), приводящие к увеличению капитала этой организации, увеличивают ли ее доходы?
3. Каков порядок учёта дебиторской задолженности, по которой истёк срок исковой давности?
4. В какой форме отчетности бухгалтерского учета отражается информация о выручке и прочих доходах?
5. К какому виду доходов относится выручка, полученная по договору аренды?

Контрольная работа №2. Максимальная оценка 5 баллов

Вариант 1.

1. Написать бухгалтерскую проводку: погашение краткосрочного займа, полученного от другой организации.
2. Содержание (смысл) «первого типа» изменения баланса под влиянием

хозяйственных операций (привести пример корреспонденции счетов).

3. Что означает запись: Д-т 20 К-т 02?

4. Что означает запись: Д-т 51 К-т 66?

5. Написать бухгалтерскую проводку: удержан налог на доходы по заработной плате.

Вариант 2.

1. Содержание (смысл) «второго типа» изменения баланса под влиянием хозяйственных операций (привести пример корреспонденции счетов).

2. Написать проводку: начислена заработная плата рабочих.

3. Написать проводку: организация создала резерв под обесценение финансовых вложений.

4. Что означает запись: Д-т 10 К-т 60?

5. Что означает запись: Д-т 51 К-т 62?

Вариант 3.

1. Что означает запись: Д-т 10 К-т 60 ?

2. Что означает запись: Д-т 26 К-т 70?

3. Содержание (смысл) «третьего типа» изменения баланса под влиянием хозяйственных операций (привести пример корреспонденции счетов).

4. Написать бухгалтерскую проводку: погашение краткосрочного займа, полученного от другой организации.

5. Что означает запись: Д-т 84 К-т 82?

Вариант 4.

1. Содержание (смысл) «четвертого типа» изменения баланса под влиянием хозяйственных операций (привести пример корреспонденции счетов).

2. Написать проводку: начислена заработная плата генеральному директору.

3. Написать проводку: организация создала резерв под обесценение финансовых вложений.

4. Что означает запись: Д-т 04 К-т 60?

5. Написать проводку : в своем банке организация открыла депозитный счет.

Раздел 2. Финансовый (бухгалтерский) учет.

Примерный перечень вопросов для текущего устного контроля освоения дисциплины.

1. На каком счете отражается информация об объявленном уставном капитале?

2. Какими первичными документами оформляется выплата наличных средств из кассы?

3. Какими банковскими документами могут оформляться расчетные отношения между юридическими лицами?

4. Привести пример корреспонденции счетов при оплате с расчетного счета приобретения материалов у поставщика.

5. Каковы основные разделы отчета о движении денежных средств?

6. Дайте определение понятия «основные средства».

7. Приведите пример корреспонденции счетов отражающие поступление основных средств.

8. Приведите пример начисления амортизации нелинейным способом.

9. На каких счетах бухгалтерского учета отражаются операции по выбытию основных средств.

10. Дайте определение понятия «нематериальные активы».

11. Составьте бухгалтерские проводки по начислению амортизации нематериальных активов.
12. Как определяется срок полезного использования по нематериальным активам?
13. К каким финансовым вложениям применяется понятие «обесценение стоимости»?
14. По какой стоимости списываются с учета финансовые вложения?
15. Какими доходами и расходами признаются доходы и расходы от использования финансовых вложений?
16. На каком счете ведется синтетический учет расчетов по оплате труда? Приведите пример корреспонденций счетов по начислению заработной платы, удержаний из нее и выплаты.
17. Какие существуют виды оценок материалов для отражения их в текущем учете?
18. Каков порядок формирования резерва под снижения стоимости материальных ценностей?
19. Назовите источники формирования добавочного капитала
20. Какие поступления от других юридических лиц не признаются доходами в целях бухгалтерского учета?
21. Какие правила формирования резервного капитала?
22. Какие расходы относятся к прямым и косвенным?
23. Какие существуют виды оценки готовой продукции?
24. Что относится к расходам на продажу? На каком счете они учитываются?
25. На каком счете учитываются авансы, полученные до отгрузки продукции?
26. Какова структура раздела пассива баланса «Капитал и резервы»?
27. Приведите пример расчетов с подотчетными лицами.
28. Какие отношения между работником и администрацией отражаются на сч.73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям»?

Контрольная работа № 3. Максимальная оценка 10 баллов.

Вариант 1.

1. Имеются следующие данные о хозяйственных средствах, капиталах и обязательствах предприятия по состоянию на 30.03....(в тыс. руб.) на основании которых следует составить баланс предприятия:

денежные средства в кассе – 600; денежные средства на расчетном счете 5000; долгосрочные займы – 20200; здания и сооружения – 50000; машины и оборудование – 70000; сумма начисленной амортизации – 35100; резервный капитал -21800; дебиторская задолженность покупателей – 32200; долгосрочные финансовые вложения – 8800; уставный капитал- 71000; прочие кредиторы - 10300; задолженность перед поставщиками 10300; запасы товаров – 41500; нераспределенная прибыль -39400.

2. Необходимо с расчетного счета получить наличные деньги в кассу.

Какие первичные документы, кем должны быть оформлены для осуществления этой операции? Какие бухгалтерские проводки будут соответствовать ситуации, когда средства получены, какие документы оформляются и кем?

Вариант 2.

1. Предлагаются следующие хозяйственные операции:

- зафиксирован размер уставного капитала в 50000 руб. при условии, что два учредителя имеют равные доли. Учредитель «1» должен внести денежные средства, а учредитель «2» - материалы;
- учредители «1» и «2» вносят по 50% своих долей.
- организация приобрела сырье на сумму 30000 руб., которое поступило на склад.

- организация оплатила счет поставщика материалов в размере 15000 руб.
- в кассу поступили наличные средства с расчетного счета;
- начислена заработная плата сотруднику 8000 руб.

Все операции осуществляются в одном отчетном периоде. Составить журнал операций и «открыть» соответствующие счета.

2. На начало периода дебетовое сальдо расчетов с подотчетными лицами составляет 10000руб., в том числе: задолженность предприятия перед «Р» 20000 руб.; задолженность «П» перед предприятием – 30000 руб. В течении отчетного периода указанные задолженности погашены и «Р» выдана новая сумма на покупку материалов - 50000 руб.

Определить сальдо конечное на конец периода в разрезе синтетического и аналитического учета.

Контрольная работа № 4. Максимальная оценка 5 баллов

Вариант 1.

Организация приобрела основные средства. Оплачен счет поставщику 100 тыс. руб. в том числе НДС – 15254 руб. за доставку уплачен счет сторонней организации на сумму 5000руб..в том числе НДС – 763 руб. Работнику данной организации оплачена работа по установке данного оборудования в размере 2000 руб. Определить первоначальную стоимость оборудования после постановки оборудования на баланс, написать соответствующие проводки по указанным операциям.

Вариант 2.

Первоначальная стоимость оборудования 400000 руб. Оборудование относится к 3-й амортизационной группе. Определить сумму амортизационных отчислений за первые три месяца эксплуатации используя линейный метод амортизации и метод уменьшенного остатка. Написать соответствующие бухгалтерские проводки. Если понадобится дополнительная информация – придумать (предложить) самостоятельно.

Вариант 3.

Организация приобрела основные средства. Оплачен счет поставщику ОС 150 тыс. руб., в том числе НДС – 25 тыс. руб. Оборудование относится к 4-й амортизационной группе. Определить сумму амортизационных отчислений за первые три месяца эксплуатации используя линейный метод амортизации и метод уменьшенного остатка. Написать соответствующие бухгалтерские проводки. Если понадобится дополнительная информация – придумать (предложить) самостоятельно.

Вариант 4.

В отчетном периоде организация получила следующие доходы, не являющиеся доходами от обычных видов деятельности:

- выручка от продажи основных средств 12000 (в том числе НДС- 2000);
- доход по акциям, принадлежащих организации -30000;
- проценты по предоставленному работнику займу – 400;
- первоначальная стоимость реализованных основных фондов -10000 ; сумма начисленной амортизации – 4000;

Организация осуществила расходы:

- признан к уплате штраф за нарушение условий договора аренды – 4000;
 - списана дебиторская задолженность с истекшим сроком исковой давности -15000.
- Составить бухгалтерские проводки и определить сальдо прочих доходов и расходов.

В какой форме бухгалтерской отчетности найдут отражение указанные факты?

Контрольная работа № 5. Максимальная оценка 15 баллов.

Вариант 1.

1. Используя метод ФИФО списания материалов в производство определить

стоимость списанных материалов и величину остатка на конец месяца если:

Остаток на начало месяца 40 тонн по 900 руб.

Поступило за месяц: 110 тонн по 800 руб.; 200 тонн по 800 руб.; 120 тонн по 600 руб. Израсходовано за месяц 350 тонн.

2. Первоначальная стоимость оборудования 500000 руб. Оборудование относится к 5-й амортизационной группе, определить финансовый результат от продажи оборудования после 5-х месяцев эксплуатации. Счет поставщику был выставлен на сумму 490000руб. Написать соответствующие проводки.

Вариант 2.

1. Учредителем на расчетный счет внесены средства в счет доли в уставном капитале- 100 ед. Необходимо с расчетного счета получить наличные деньги в кассу – 40 ед.

Какие первичные документы, кем должны быть оформлены для осуществления этих операций? Какие бухгалтерские проводки будут соответствовать ситуации, когда средства получены, какие документы оформляются и кем?

2. Начислить заработную плату и другие выплаты работнику (написать проводки), рассчитать налог на доходы за январь и февраль при следующих условиях:

Работник является администратором, имеет двоих детей: школьника и проходящего срочную службу в армии (20 лет) В январе оклад работника составил 45000 руб.; была оказана материальная помощь по случаю дня рождения – 5000 руб.; в феврале – оклад 45000 руб.

Вариант 3.

1. Организация приобретает партию товаров на сумму 10000. (в том числе НДС- 1800). Согласно договору с поставщиком, товар отгружается после 70%-й предоплаты. После получения товара покупатель перечисляет поставщику остальную сумму.

Составить бухгалтерские проводки. Какие документы необходимы для принятия указанных фактов к учету?

2. В декабре организация купила сейф для хранения денежных средств. Поставщику перечислено в декабре 20... года 50 000, в том числе - 9000 НДС. Расходы по его установке (в январе 01) составили – 2000руб (в том числе НДС- 200руб.). В январе 01г. сейф установлен в кассе организации. Какие хозяйственные операции найдут отражение в балансе 00 года, а какие в балансе за январь 01 года?

Раздел 3. Основные направления анализа финансовой отчетности.

Примерный перечень вопросов для текущего устного контроля освоения дисциплины.

1. Какие общие выводы можно сделать на основании горизонтального анализа финансовой отчетности?

2. Какие общие выводы можно сделать на основании вертикального анализа финансовой отчетности?

3. Какие методы изучения формирования денежных потоков могут применяться?

4. Используя какой метод анализа денежных потоков, возможно устранить расхождения между величинами свободных остатков денежной наличности и финансовыми результатами?

Практическое задание. 20 баллов

Осуществить анализ хозяйственной деятельности организации на основании данных баланса, используя горизонтальный, вертикальный и трендовый методы анализа.

(тыс. руб.)

АКТИВ	Код строки	На 31.12.2021	На 31.12.2020	На 31.12.2019
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110	45 884	35 370	19 428
Результаты исследований и разработок	1120	8 990	6 462	8 641
Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
Основные средства	1150	673 839	722 164	730 105
в том числе:	1151			
основные средства в эксплуатации		631 219	658 569	612 809
незавершенные капитальные вложения	1152	42 620	63 595	117 296
Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
Финансовые вложения	1170	702 420	582 328	569 820
Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
Прочие внеоборотные активы	1190	170 808	137 128	135 373
ИТОГО по разделу I	1100	1 601 941	1 483 452	1 463 367
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	1 839	2 765	4 770
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	13 528	17 287	18 069
Дебиторская задолженность	1230	105 565	155 797	157 254
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	35 706	245 071	50 073
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	14 378	52 202	99 614
Прочие оборотные активы	1260	420	441	473
ИТОГО по разделу II	1200	171 436	473 563	330 253
БАЛАНС	1600	1 773 377	1 957 015	1 793 620

ПАССИВ	Код строки	На 31.12.2017	На 31.12.2016	На 31.12.2015
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	753	753	753
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-)	(22)	(7)
Переоценка внеоборотных активов	1340	598	671	805
Добавочный капитал (без переоценки)	1350	26 232	26 187	26 037
Резервный капитал	1360	113	113	113
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	99 995	101 695	267 281
ИТОГО по разделу III	1300	127 691	129 397	294 982
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410	1 115 183	1 210 051	977 195
Отложенные налоговые обязательства	1420	52 125	46 752	38 785
Оценочные обязательства	1430	3 982	5 094	5 612
Прочие обязательства	1450	14 715	9 084	7 645
ИТОГО по разделу IV	1400	1 186 005	1 270 981	1 029 237
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510	231 332	233 482	171 666
Кредиторская задолженность	1520	207 436	299 335	258 703
Доходы будущих периодов	1530	8 796	8 707	11 199
Оценочные обязательства	1540	12 117	15 113	27 833
Прочие обязательства	1550	-	-	-
ИТОГО по разделу V	1500	459 681	556 637	469 401
БАЛАНС	1700	1 773 377	1 957 015	1 793 620

8.2. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (3 семестр – экзамен (очная форма), 5 семестр – экзамен (очно-заочная форма)).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, 2 вопрос – 20 баллов.

Примерный перечень вопросов:

1. Классификация доходов и расходов в отчете о финансовых результатах и в соответствующих положениях о бухгалтерском учете.
2. Цель и порядок проведения инвентаризации материально-производственных запасов. Привести примеры корреспонденции счетов, отражающие возможные результаты инвентаризации.
3. Способы оценки отпуска материально-производственных запасов в производство. Привести пример использования метода ФИФО.
4. Виды, формы и системы оплаты труда. Привести примеры корреспонденции счетов по начислению заработной платы.
5. Определение финансовых вложений. Первоначальная и последующая оценка финансовых вложений.
6. Учетная политика организации. Определение, выбираемые способы ведения бухгалтерского учета (привести примеры).
7. Определение заработной платы. Виды удержаний из заработной платы. Привести пример расчета налога на доходы физического лица и корреспонденции счетов в зависимости от вида удержаний.
8. Понятие расходов организации. Определение и структура (группировка) расходов по обычным видам деятельности. Привести примеры корреспонденции счетов, отражающие формирование расходов в процессе производства продукции.
9. Баланс – форма бухгалтерской отчетности. Содержание, правила предоставления отчетности ее пользователям. Определение актива, критерий классификации активов на внеоборотные и оборотные.
10. Учет расчетов с подотчетными лицами. Определение подотчетного лица. Привести пример бухгалтерских проводок.
11. Счета и двойная запись – метод бухгалтерского учета. Классификация счетов. Формальное и капитальное уравнение двойственности. Привести примеры выведения остатков в зависимости от вида счета.
12. Основные фонды (ОФ). Определение. Классификация. Порядок формирования первоначальной стоимости ОФ. Привести пример корреспонденции счетов при формировании первоначальной стоимости ОФ, приобретенных за плату.
13. Основные фонды (ОФ). Определение ОФ. Понятие и методы амортизации. Привести примеры (корреспонденции счетов) учета амортизационных начислений.
14. Учет кассовых операций. Привести соответствующие корреспонденции счетов.
15. Нормативное регулирование бухгалтерского учета. Основные положения «Закона о бухгалтерском учете»
16. Порядок признания расходов. Структура прочих расходов. Привести примеры корреспонденции счетов по учету прочих расходов.
17. Порядок формирования себестоимости готовой продукции. (возможные варианты) Привести пример корреспонденций счетов по формированию себестоимости по фактически произведенным затратам.
18. Формы бухгалтерской отчетности. Особенности формирования. Содержание.
19. Порядок формирования себестоимости готовой продукции (возможные варианты). Привести пример корреспонденции счетов по формированию сокращенной себестоимости.

20. Открытие расчетного счета. Примеры корреспонденций счетов по операциям на расчетном счете.
21. Порядок расчета оплаты очередного отпуска.
22. Материально-производственные запасы (МПЗ). Определение, структура. Способы оценки МПЗ при принятии их к учету. (Варианты формирования фактической себестоимости МПЗ)
23. Резервы обязательные и предусмотренные учетной политикой. Условия создания и размеры соответствующих резервов. Привести пример корреспонденции счетов по созданию обязательного резерва.
24. Амортизация нематериальных активов. Особенность амортизации НА по сравнению с амортизацией ОФ.
25. Источники образования хозяйственных средств. Формирование уставного капитала. Привести пример корреспонденции счетов.
26. Понятие прямых и косвенных, условно постоянных и условно переменных расходов на производстве. Порядок учета косвенных расходов.
27. Управленческие расходы. Структура управленческих расходов. Порядок списания управленческих расходов.
28. Налог на добавленную стоимость (НДС) Отражение его при приобретении материальных ценностей и при реализации продукции.
29. Выручка. Методы определения выручки для расчета налога на прибыль. Привести пример корреспонденции счетов формирования выручки по методу начисления.
30. Сравнение бухгалтерского (финансового) и управленческого учета.
31. Готовая продукция. Ее виды и способы оценки. Два варианта синтетического учета готовой продукции (С использованием сч. 40 «выпуск продукции» и без него). Привести соответствующие корреспонденции счетов.
32. Понятие «оценочные резервы». Привести пример корреспонденции счетов при создании и списании резерва под снижение стоимости материально-производственных ценностей.
33. Формы бухгалтерской отчетности. Содержание отчета о финансовых результатах. Понятие и порядок учета коммерческих расходов. Привести примеры корреспонденции счетов при формировании коммерческих расходов.
34. Элементы расходов по обычным видам деятельности согласно п.8 ПБУ10/99. Привести соответствующие корреспонденции счетов.
35. Изменение баланса под влиянием хозяйственных операций. Привести пример изменений второго типа.
36. Оценочные резервы. Привести пример создания оценочного резерва под обесценение финансовых вложений.
37. Аналитические и синтетические счета. Привести пример из создания и отражения в бухгалтерском балансе.
38. Оценка финансовой устойчивости организации по данным финансовой отчетности.
39. Изменение баланса под влиянием хозяйственных операций. Привести пример изменения третьего типа.
40. Учет расчетов с работниками по прочим операциям. Привести пример корреспонденции счетов при взыскании определенных сумм с виновных лиц.
41. Структура денежных потоков организации. Привести примеры корреспонденций счетов по потокам от инвестиционной деятельности.
42. Правила расчета пособия по временной нетрудоспособности.
43. Структура денежных потоков организации. Привести примеры корреспонденции счетов от финансовой деятельности.
44. Источники формирования добавочного капитала.

45. Нематериальные активы (НА). Определение. Первоначальная и последующая оценка НА
46. Содержание горизонтального и вертикального анализа финансовой отчетности
47. Денежные потоки организации. Привести пример корреспонденции счетов по текущей деятельности.
48. Понятие нераспределенной прибыли, учет ее возникновения и направлений использования.
49. Учет текущих обязательств (дебиторская и кредиторская задолженность, учет авансов выданных и полученных). Привести примеры корреспонденции счетов.
50. Оценка основных фондов.
51. Существующие модели бухгалтерского учета.
52. Курсовая разница – прочие доходы и расходы. Отражение в учете.

Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Структура и пример экзаменационных билетов для экзамена (3 семестр)

Экзамен по дисциплине «**Финансовый учет и анализ**» включает контрольные вопросы по всем разделам учебной программы данного предмета. В билет включено по два вопроса, ответы на которые предусматривают развернутые ответы с применением знаний по специальным методам бухгалтерского учета. Ответы на вопросы оцениваются из 20 баллов за каждый вопрос

Пример билета для экзамена:

«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) <u>Д.С. Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) «___» _____ 2023г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профиль – Менеджмент организации
Финансовый учет и анализ	
Билет № 4 1. Классификация доходов и расходов в отчете о финансовых результатах и в соответствующих положениях о бухгалтерском учете. 2. Цель и порядок проведения инвентаризации материально-производственных запасов. Привести примеры корреспонденции счетов, отражающие возможные результаты инвентаризации	

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Бухгалтерский финансовый учет : учебник для вузов / Л. В. Бухарева [и др.] ; под редакцией И. М. Дмитриевой, В. Б. Малицкой, Ю. К. Харакоз. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 528 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-14339-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495722>

2. Алисенов, А. С. Бухгалтерский финансовый учет : учебник и практикум для вузов / А. С. Алисенов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 471 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11602-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489218>

Б. Дополнительная литература

3. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.11 № 402-ФЗ. (В действующей редакции).

4. План счетов бухгалтерского учета и инструкция по его применению. Приказ Минфина РФ от 31.10.2003г. №94.

5. ПБУ 1/08 «Учетная политика организаций» Приказ Минфина от 06.10.08 № 106н

6. ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации. Приказ Минфина РФ от 06.07.99. 43н.

7. ФСБУ 5/2019. «Запасы» Приказ Минфина РФ от 15.11.19 №180 н.

8. ФСБУ 6/2020 «Учет основных средств» Приказ Минфина РФ. От 17.09.20 № 204 н.

9. ПБУ 9/99 «Учет доходов организации» Приказ Минфина РФ от 27.11.06 № 156н.

10. ПБУ 10/99 «Учет расходов организации» Приказ Минфина РФ от 27.11.06 № 156н.

11. ПБУ 14/07 «Учет нематериальных активов» Приказ Минфина РФ от 27.12.07. № 153н.

12. ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений» приказ Минфина РФ от 10.12.02 №126н.

13. ПБУ 23/2011 «Отчет о движении денежных средств» приказ Минфина РФ от 02.02.11 № 11н

14. Воронченко, Т. В. Теория бухгалтерского учета : учебник и практикум для вузов / Т. В. Воронченко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 283 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13611-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489583>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям

Журналы

- Журнал «Бухгалтер и закон» ISSN: 2079-6773.
- Журнал «Бухгалтерский учет» ISSN: 0321-0154.
- Журнал «Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения» ISSN:1728-2616.
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

- Сайт Центрального Банка РФ: www.cbr.ru
- Министерство финансов РФ: www.minfin.ru
- Официальный сайт бухгалтерского методологического центра: www.bmcenter.ru
- Сайт Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru/>
- Крупнейший финансовый портал Рунета: <http://www.banki.ru/>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Основы финансового учета.	<i>Знает:</i> - сущность, принципы, предмет и задачи бухгалтерского учета; - методы бухгалтерского учета и экспресс анализа финансового состояния предприятия; - систему сбора, обработки, хранения и подготовки учетной и отчетной информации в соответствии с требованиями бухгалтерского учета; - характеристику имущества предприятия по составу и размещению, по источникам его образования; - характеристику и отражение в учете хозяйственных процессов и хозяйственных операций. <i>Умеет:</i> - работать с внешними и внутренними бухгалтерскими документами; <i>Владеет:</i> - методами осуществления учетных операций на основании соответствующих документов.	Устный опрос и оценка за контрольные работы. № 1 и 2
Раздел 2. Финансовый бухгалтерский учет.	<i>Знает:</i> - характеристику имущества предприятия по составу и размещению, по источникам его образования; - характеристику и отражение в учете хозяйственных процессов и хозяйственных операций; - экономический смысл информации, содержащийся в бухгалтерской (финансовой) информации. <i>Умеет:</i> - самостоятельно находить ответы на вопросы, связанные с финансовым учетом в соответствующих нормативных актах; - работать с внешними и внутренними бухгалтерскими документами. <i>Владеет:</i> - методами осуществления учетных операций на основании соответствующих документов.	Устный опрос и оценка за письменные контрольные работы № 3, 4, 5

Раздел 3. Основные направления анализа финансовой отчетности	<i>Знает:</i> - методы бухгалтерского учета и экспресс-анализа финансового состояния предприятия; - экономический смысл информации, содержащейся в финансовой (бухгалтерской) отчетности. <i>Умеет:</i> - применять методы экспресс- анализа финансового состояния предприятия. <i>Владеет:</i> - методикой углубленного анализа финансового состояний предприятия.	Устный опрос и оценка за письменную контрольную работу (практическое задание)

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащении образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Финансовый учет и анализ»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.
		протокол заседания Ученого совета №____от «____»____20____г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Хозяйственное право»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.Э. Бойко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **кафедры менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Хозяйственное право»** относится к вариативной части дисциплин по выбору учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики предприятия и маркетинга.

Цель дисциплины – выработка у обучающихся умений и навыков применения в практической деятельности норм коммерческого законодательства. Студенты должны усвоить знания в сфере предпринимательства хозяйствующих субъектов, правоотношений между юридическими лицами, частными предпринимателями и органами государственной и муниципальной власти.

Задачи дисциплины:

- усвоение понятийного аппарата, предусмотренного хозяйственным законодательством;
- уяснение правовых основ ведения хозяйственной деятельности;
- ознакомление с правовыми формами государственного воздействия на общественные отношения, возникающие в ходе осуществления предпринимательской деятельности;
- развитие навыков работы с нормативными правовыми актами, регулирующими хозяйственную сферу;
- формирование способности к юридически грамотным управленческим решениям и действиям в условиях функционирования рыночных отношений.

Дисциплина **«Хозяйственное право»** преподается в 5 (очная форма обучения) и 5 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: ПК-4.1; ПК-5.2; ПК-5.5; ПК-8.1

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: Организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций;	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах:	ПК-4 Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс - функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса.	ПК-4.1 Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики.	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция:
		ПК-5 Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.2. Знает международные стандарты систем менеджмента	
			ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей	

Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.
Тип задач профессиональной деятельности: информационно-аналитический				
Владение современными цифровыми	Аналитические центры и	ПК-8. Способен разрабатывать аналитические	ПК-8.1. Знает нормативные документы, регламентирующие	Анализ требований к профессиональным компетенциям,

технологиями в контексте управленческой деятельности; Экономический и стратегический анализ для построения прогнозов развития макро- и микросреды бизнеса; Принятие управленческих решений	консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 40. Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макро-уровнях в экспертно-аналитических организациях и службах	материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	хозяйственную деятельность организации	предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 609 н, Обобщенная трудовая функция: А. Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). А/02.6. Тактическое управление процессами организации производства (уровень квалификации – 6

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- национальное (российское) гражданское, предпринимательское, торговое законодательство, тенденции и направления его реформирования и совершенствования, а также практику его применения, законопроекты.

Уметь:

- самостоятельно и правильно применять нормы предпринимательского, гражданского коммерческого законодательства.

Владеть:

- навыками публичной речи, аргументации, ведение дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,10	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,10	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,33	12	9
Лекции	0,22	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,11	4	3
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,67	96	72
Контактная самостоятельная работа	2,67	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		95,8	71,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Общие положения хозяйственного права	28	4	4	-	20
1.1	Понятие и предмет хозяйственного права.	7	1	1	-	5
1.2	Принципы хозяйственного права	7	1	1	-	5
1.3	Источники хозяйственного права.	7	1	1	-	5
1.4	Субъекты хозяйственного права.	7	1	1	-	5
2.	Раздел 2. Особенности правового статуса субъектов хозяйственного права	34	5	5	-	24
2.1	Хозяйственные товарищества и общества.	8	1	1	-	6
2.2	Акционерное общество.	10	2	2	-	6
2.3	Государственные и муниципальные унитарные предприятия.	8	1	1	-	6
2.4	Коммерческое представительство и посредничество.	8	1	1	-	6
3.	Раздел 3. Сделки и договоры в хозяйственной деятельности	46	7	7	-	32
3.1	Торговые сделки.	8	1	1	-	6
3.2	Договор торговой купли-продажи.	6	1	1	-	4
3.3	Правовое регулирование внешнеторговой деятельности.	6	1	1	-	4
3.4	Договор купли-продажи товаров в международном торговом обороте.	6	1	1	-	4
3.5	Лизинг.	8	1	1	-	6
3.6	Договор транспортного страхования грузов.	6	1	1	-	4
3.7	Несостоятельность (банкротство).	6	1	1	-	4
	ИТОГО	108	16	16	-	76

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Общие положения хозяйственного права	27	2	1	-	24
1.1	Понятие и предмет хозяйственного права.	6.75	0,5	0,25	-	6
1.2	Принципы хозяйственного права	6.75	0,5	0,25	-	6
1.3	Источники хозяйственного права.	6.75	0,5	0,25	-	6
1.4	Субъекты хозяйственного права.	6.75	0,5	0,25	-	6
2.	Раздел 2. Особенности правового статуса субъектов хозяйственного права	33.75	2,5	1,25	-	30
2.1	Хозяйственные товарищества и общества.	7.75	0,5	0,25	-	7
2.2	Акционерное общество.	10.5	1	0,5	-	9
2.3	Государственные и муниципальные унитарные предприятия.	7.75	0,5	0,25	-	7
2.4	Коммерческое представительство и посредничество.	7.75	0,5	0,25	-	7
3.	Раздел 3. Сделки и договоры в хозяйственной деятельности	47,25	3,5	1.75	-	42
3.1	Торговые сделки.	6.75	0,5	0,25	-	6
3.2	Договор торговой купли-продажи.	6.75	0,5	0,25	-	6
3.3	Правовое регулирование внешнеторговой деятельности.	6.75	0,5	0,25	-	6
3.4	Договор купли-продажи товаров в международном торговом обороте.	6.75	0,5	0,25	-	6
3.5	Лизинг.	6.75	0,5	0,25	-	6
3.6	Договор транспортного страхования грузов.	6.75	0,5	0,25	-	6
3.7	Несостоятельность (банкротство).	6.75	0,5	0,25	-	6
	ИТОГО	108	8	4	-	96

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Общие положения хозяйственного права.

Понятие и предмет хозяйственного (торгового) права. История возникновения и развития хозяйственного (торгового) права. Предмет регулирования и место хозяйственного права в системе российского права. Соотношение хозяйственного и гражданского права. Общие принципы гражданского и хозяйственного права. Специальные принципы правового регулирования предпринимательской деятельности. Общая характеристика источников хозяйственного права. Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс РФ и другие нормативные акты. Источники хозяйственного права. Международные договоры и конвенции как источники хозяйственного права. Международные торговые обычаи. Значение обычаев делового оборота в сфере хозяйственного права. Понятие и общая характеристика субъектов хозяйственного права. Понятие и виды коммерсантов. Основные обязанности коммерсантов. Бухгалтерская отчетность коммерсантов. Индивидуальные предприниматели. Коммерческие организации, их классификация. Предприятие, его элементы. Фирма. Принципы правового регулирования фирменного наименования. Защита фирмы. Торговая регистрация. Торговые книги.

Раздел 2. Особенности правового статуса субъектов хозяйственного права

Хозяйственные товарищества и общества. Производственные кооперативы. Полные и командитные товарищества. Общества с ограниченной и дополнительной ответственностью. Понятие и признаки акционерного общества. Особенности организации и деятельности производственных кооперативов. Акционерное общество – общая характеристика организационно-правовой формы. Образование акционерного общества. Структура капитала акционерного общества. Ценные бумаги, выпускаемые акционерным обществом. Механизм управления в акционерном обществе, органы управления и контроля. Прекращение деятельности акционерного общества. Реорганизация и ликвидация. Предпринимательская деятельность государства. Организационно-правовые формы государственных предприятий. Правовой режим имущества государственных предприятий. Правовое положение государственных и муниципальных унитарных предприятий. Казенные предприятия. Гражданское и коммерческое представительство. Понятие и виды коммерческого представительства. Коммерческие посредники. Коммерческое представительство, осуществляемое служащими торгового предприятия. Торговые агенты. Агентский договор.

Раздел 3. Сделки и договоры в хозяйственной деятельности.

Понятие торговой сделки. Объективный и субъективный критерии отнесения сделки к торговым сделкам. Источники права, регулирующие торговые сделки. Значение обычаев делового оборота и типовых договоров. Договоры поставки и контрактации как основные разновидности договора торговой купли-продажи. Порядок заключения и содержание договоров. Понятие и признаки внешнеторговой сделки. Особенности внешнеторговых сделок, совершаемых российскими коммерсантами. Определение формы внешнеторговых контрактов. Особенности разрешения внешнеторговых споров. Понятие договора внешнеторговой купли-продажи товаров. Применение унифицированных правил. Общая характеристика и значение Венской конвенции ООН 1980 г. о договорах международной купли-продажи товаров. Базисные условия договоров внешнеторговой купли-продажи товаров. Правовая природа и применение «Инкотермс 2000». Ответственность сторон при нарушении договора. Понятие и виды лизинга. Права и обязанности сторон договора о лизинге. Отличия договоров о лизинге от договора аренды машин и оборудования. Правовое регулирование финансового лизинга в международном торговом обороте. Понятие договора транспортного страхования грузов. Страховое правоотношение и его элементы. Условия страхования. Права и обязанности страхователя и страховщика. Суброгация. Типовые (стандартные) проформы договора морского страхования грузов.

Понятие несостоятельности и банкротства. Правовые средства предупреждения несостоятельности (банкротства). Условия и порядок объявления должника несостоятельным (банкротом). Имущественные и иные последствия судебного решения о признании лица несостоятельным (банкротом). Конкурсное управление. Прекращение конкурсного производства.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	
	Знать:				
1	– национальное (российское) гражданское, предпринимательское, торговое законодательство, тенденции и направления его реформирования и совершенствования, а также практику его применения, законопроекты;	+	+	+	
	Уметь:				
9	– самостоятельно и правильно применять нормы предпринимательского, гражданского коммерческого законодательства.	+	+	+	
	Владеть:				
13	– навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений	+	+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
14	ПК-4 Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.1 Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики	+		+
15	ПК-5 Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.2 Знает международные стандарты систем менеджмента	+		+
		ПК-5.5 Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей			+
16	ПК-8 Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	ПК-8.1 Знает нормативные документы, регламентирующие хозяйственную деятельность организации		+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Общие положения хозяйственного права.	Изучение хозяйственного права как правовой отрасли, его места системе Российского права Особенности правового статуса субъектов хозяйственного права Создание и прекращение юридических лиц.	4
2	Раздел 2. Особенности правового статуса субъектов хозяйственного права	Правовое регулирование вещных и обязательственных отношений в хозяйственном обороте. Правовое регулирование финансирования хозяйственной деятельности Правовое регулирование инвестиционной деятельности	5
3	Раздел 3. Сделки и договоры в хозяйственной деятельности.	Правовые основы рассмотрения хозяйственных споров Правовое обеспечение конкуренции и ограничение монополистической деятельности Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности Правовые основы несостоятельности (банкротства)	7

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Общие положения хозяйственного права.	Изучение хозяйственного права как правовой отрасли, его места системе Российского права Особенности правового статуса субъектов хозяйственного права Создание и прекращение юридических лиц.	1
2	Раздел 2. Особенности правового статуса субъектов хозяйственного права	Правовое регулирование вещных и обязательственных отношений в хозяйственном обороте. Правовое регулирование финансирования хозяйственной деятельности Правовое регулирование инвестиционной деятельности	1,25

3	Раздел 3. Сделки и договоры в хозяйственной деятельности.	Правовые основы рассмотрения хозяйственных споров Правовое обеспечение конкуренции и ограничение монополистической деятельности Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности Правовые основы несостоятельности (банкротства)	1,75

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение трех контрольных работ (по 20 баллов каждая, максимальная оценка 60 баллов), устного опроса по трем разделам дисциплины (40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Подготовка рефератов программой не предусмотрена.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы (по одной контрольной работе по каждому разделу). Максимальная оценка за 3 контрольные работы составляет 60 баллов, по 20 баллов за каждую.

Примеры вопросов к контрольной работе № 1 по разделу 1. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос (максимальная оценка 20 баллов):

1. Хозяйственное право в аспекте гражданско-правового регулирования предпринимательской деятельности.
2. Соотношение понятий хозяйственной, предпринимательской и коммерческой деятельности.
3. Понятие, предмет и метод хозяйственного права.
4. Основные правовые категории хозяйственного права.
5. Государственное регулирование хозяйственной (предпринимательской) деятельности.
6. Источники российского предпринимательского права.
7. Обычай делового оборота как источник хозяйственно-правового регулирования.
8. Судебная практика в предпринимательском праве.
9. Виды субъектов предпринимательского права, их отличительные признаки.
10. Правовое регулирование создания и реорганизации коммерческой организации.
11. Что такое предпринимательская деятельность, каковы ее признаки?
12. Каковы принципы хозяйственного (предпринимательского) права?
13. Опишите структуры нормы хозяйственного права.
14. Назовите виды источников хозяйственного (предпринимательского) права.
15. Какова роль и значение обычаев делового оборота в регулировании хозяйственных отношений?
16. В чем отличие права хозяйственного ведения от права оперативного управления?
17. Дайте юридическую классификацию имущества коммерческой организации.
18. Назовите юридические основания приобретения права собственности.
19. Кто является эмитентом на рынке ценных бумаг?
20. Назовите профессиональных участников рынка ценных бумаг, содержание их деятельности.

Примеры вопросов к контрольной работе № 2 по разделу 2. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос (максимальная оценка 20 баллов):

1. Понятие и общая классификация субъектов предпринимательского права.
2. Раскройте основные элементы правового статуса индивидуальных предпринимателей.
3. Дайте понятие юридического лица.
4. Каков принцип деления на коммерческие и некоммерческие организации.
5. Какие органы юридического лица предусмотрены законодательством
6. Какие хозяйствующие субъекты можно отнести к малому и среднему предпринимательству?
7. Каковы формы и порядок реорганизации юридических лиц?
8. Каковы правовые отличия реорганизации от ликвидации хозяйствующего субъекта?
9. Могут ли некоммерческие организации заниматься коммерческой деятельностью?
10. Каковы организационно-правовые формы некоммерческой деятельности?
11. Каков правовой статус банков и страховых организаций?
12. Какие нормативные акты регулируют финансовые отношения с участием хозяйствующих субъектов?
13. На каких условиях осуществляются наличные денежные расчеты в хозяйственной сфере?
14. В каких случаях расчеты могут производиться без применения контрольно-кассовой техники?

15. Раскройте содержание расчета платежным поручением.
16. В чем особенности аккредитивной формы расчетов?
17. Раскройте понятие вексель, его роль и значения в хозяйственной деятельности.
18. Дайте понятие и назовите виды инвестиционной деятельности.
19. Назовите субъекты и объекты инвестиционной деятельности.
20. Кто такой инвестор?
21. Каковы особенности правового положения иностранных инвесторов?
22. Что может относиться к формам инвестиционных вложений?
23. Назовите правовые формы создания и реализации инноваций.
24. Кто относится к субъектам отношений конкуренции?
25. Кто такие «аффилированные лица»?
26. Какие формы недобросовестной конкуренции вы знаете?
27. Укажите признаки доминирующего положения хозяйствующего субъекта.
28. Что такое монополия?
29. Что признается законом недобросовестной и недостоверной рекламой?
30. Назовите виды ответственности за нарушение антимонопольного законодательства.

Примеры вопросов к контрольной работе № 3 по разделу 3. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос (максимальная оценка 20 баллов):

1. Что относится к судебным и внесудебным формам защиты прав и интересов предпринимателей?
2. Какова роль третейских судов в защите прав и интересов предпринимателей?
3. В каких спорах предусмотрен обязательный досудебный (претензионный) порядок их урегулирования?
4. Что такое юридическая ответственность в предпринимательских отношениях?
5. Каковы принципы и основания ответственности в предпринимательстве?
6. В чем заключается гражданско-правовая, административная и уголовная ответственность за правонарушения в предпринимательской деятельности?
7. Укажите на обстоятельства, при которых предприниматель освобождается от ответственности за нарушение договорных обязательств.
8. Интеллектуальная собственность и ее защита.
9. Защита прав юридического лица и индивидуального предпринимателя при проведении государственного контроля (надзора).
10. 8. Рассмотрение споров в Международном коммерческом арбитраже.
11. 9. Процедура «медиации» в хозяйственных спорах.
12. Дайте правовую характеристику договору поставки.
13. Определите порядок приемки товаров по количеству и качеству, а также проведения экспертизы качества товаров.
14. Раскройте основные положения Закона РФ от 7.02.1992 "О защите прав потребителей".
15. Определите правовое значение предоставления покупателям дополнительных услуг?
16. Как определить договор розничной купли-продажи? В чем его характерные черты?
17. Раскройте права и обязанности сторон договора розничной купли-продажи.
18. Определите форму и порядок заключения договора розничной купли-продажи, условия его прекращения.
19. Какова имущественная ответственность сторон договора розничной купли-продажи?

20. Назовите руководящие принципы защиты интересов потребителей, принятые Генеральной Ассамблеей ООН в 1995 г.
21. Способы обеспечения исполнения обязательств.
22. Понятие и значение договора в коммерческой деятельности и его основные принципы.
23. Особенности содержания и формы договора.
24. Классификация договоров, применяемых в хозяйственных связях.
25. Порядок заключения, изменения и расторжения коммерческих договоров.
26. Особенности заключения договоров на оптовых ярмарках, товарных биржах и торгах.
27. Особенности правового положения временного управляющего
28. Порядок и последствия введения финансового оздоровления
29. Основания и последствия введения конкурсного производства
30. Порядок проведения расчетов с кредиторами при конкурсном производстве.
31. Порядок заключения мирового соглашения
32. Каково действие Федерального закона 2002 г. «О несостоятельности (банкротстве)» по кругу лиц?
33. Охарактеризуйте правовое положение лиц, участвующих в деле о банкротстве.
34. Назовите процедуры банкротства.
35. В каком порядке происходит утверждение арбитражного управляющего?
36. Каковы задачи и последствия проведения наблюдения?
37. Раскройте особенности правового положения временного управляющего.
38. Какова очередность удовлетворения требований кредиторов в случае банкротства?
39. В чем суть мирового соглашения?
40. Кто наделен правом подписания мирового соглашения?

Примерный список вопросов для реализации устного опроса по дисциплине по 3 разделам. Опрос содержит 2 вопроса, по 20 баллов каждый:

1. Понятие, предмет и метод хозяйственного права.
2. Принципы хозяйственного права.
3. Источники хозяйственного права.
4. Понятие, структура и виды хозяйственных правоотношений.
5. Понятие и признаки субъекта хозяйственного права.
6. Классификация (виды) субъектов хозяйственного права.
7. Понятие и особенности правового статуса индивидуального предпринимателя.
8. Понятие и признаки юридического лица.
9. Классификация (виды) юридических лиц.
10. Правовое положение хозяйственных товариществ.
11. Правовое положение хозяйственных обществ (акционерных обществ).
12. Правовое положение хозяйственных обществ (обществ с ограниченной и дополнительной ответственностью).
13. Правовое положение производственных кооперативов.
14. Правовое положение государственных и муниципальных унитарных предприятий.
15. Виды объединений юридических лиц.
16. Правовое положение кредитных организаций.
17. Общественные объединения, понятие и виды.
18. Правовые основы создания юридического лица
19. Государственная регистрация юридического лица.
20. Порядок и формы прекращения юридического лица.

21. Понятие и содержание права собственности.
22. Формы собственности.
23. Основания приобретения и прекращения права собственности.
24. Понятие и содержание приватизации государственных и муниципальных предприятий.
25. Способы проведения приватизации.
26. Понятие и виды обязательств в хозяйственных правоотношениях.
27. Исполнение обязательств. Перемена лиц в обязательстве.
28. Обеспечение исполнения обязательств.
29. Сущность и виды сделок.
30. Понятие и виды хозяйственных договоров.
31. Правовые основы заключения договора.
32. Изменение и расторжение договора.
34. Понятие конкуренции и монополии.
35. Правовая защита конкуренции и ограничение монополистической деятельности.
36. Федеральная антимонопольная служба: ее функции и полномочия.
37. Ответственность за нарушение антимонопольного законодательства.
38. Понятие и виды финансирования хозяйственной деятельности.
39. Правовые основы государственного финансирования.
40. Правовые основы банковского кредитования организаций.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – зачет (очная форма), 5 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Иванова, Е. В. Предпринимательское право: учебник для вузов / Е. В. Иванова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07947-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468454>
2. Шаблова, Е. Г. Актуальные проблемы гражданского и предпринимательского права: учебное пособие для вузов / Е. Г. Шаблова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 93 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05637-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493666>

Б. Дополнительная литература

1. Шашкова, А. В. Предпринимательское право: учебник для вузов / А. В. Шашкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 247 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01005-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490732>

2. Макарова, О. А. Акционерные общества с государственным участием. Проблемы корпоративного управления: монография / О. А. Макарова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 211 с. — (Актуальные монографии). — ISBN 978-5-534-00938-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490029> (дата обращения: 14.06.2022).

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Журналы:

- Академический юридический журнал <http://aljournal.ru/ru/home-ru>
- Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал <http://www.urvak.ru/journals/biznes-v-zakone-ekon/>
- Вестник арбитражной практики <http://jusinf.ru/journal-vestnik-arbitrazhnoy-praktiki/>
- Вестник Юридического института МИИТ <http://vestnik-ui-miit.ru/>
- Вестника МГПУ, серия «Юридические науки» https://www.mgpu.ru/adv_documents/leg_sci
- Вестник экономического правосудия <http://www.igzakon.ru/list?about=1&type=59>
- Власть Закона <http://vzlaw.ru/>
- Вопросы правоведения <http://mii-nauka.ru/>
- Вопросы российского и международного права <http://publishing-vak.ru/law.htm>
- Журнал предпринимательского и корпоративного права <http://jusinf.ru/journal-predprinimatelskogo-i-korporativnogo-prava/>
- Журнал российского права <http://jrpnorma.ru/>
- Журнал Российской школы частного права <http://privlaw-journal.com/>
- Журнал Суда по интеллектуальным правам <http://www.ipcmagazine.ru/>
- юридических исследований <https://naukaru.ru/ru/nauka/journal/56/view#about-journal>
- Закон <http://www.igzakon.ru/>
- Законность <http://pressa-lex.ru/>
- Законодательство <http://www.garant.ru/company/garant-press/lawm/>
- Законодательство и экономика <http://lawecon.ru/zakonodatelstvo/>
- Законы России: опыт, анализ, практика http://www.bukvoved.ru/journal_13.html
- Известия высших учебных заведений. Правоведение. <http://pravovedenie.spbu.ru/>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.consultant.ru> – Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
- <http://www.garant.ru> – Информационно-правовое обеспечение «Гарант».
- <http://lawecon.ru/advokat/> – Адвокат.
- <http://www.lawinfo.ru/catalog/magazines/advokatskaja-praktika> – Адвокатская практика.
- <http://aprp-msal.ru/> – Актуальные проблемы российского права.
- <http://www.apel.ieml.ru/about?lang=rus> – Актуальные проблемы экономики и права.
- <http://www.arbitr-praktika.ru/> – Арбитражная практика.
- <http://kadis.org/periodicheskie-izdaniya/arbitrazhnye-spory> – Арбитражные споры.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций;

- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины;
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине;

раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Общие положения хозяйственного права	<i>Знать:</i> национальное (российское) гражданское, предпринимательское, торговое законодательство, тенденции и направления его реформирования и совершенствования, а также практику его применения, законопроекты. <i>Уметь:</i> самостоятельно и правильно применять нормы предпринимательского, гражданского коммерческого законодательства. <i>Владеть:</i> навыками публичной речи, аргументации, ведение дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений.	Оценка за контрольную работу №1. Оценка за устный опрос.
Раздел 2. Особенности правового статуса субъектов хозяйственного права	<i>Знать:</i> - национальное (российское) гражданское, предпринимательское, торговое законодательство, тенденции и направления его реформирования и совершенствования, а также практику его применения, законопроекты. <i>Уметь:</i> - самостоятельно и правильно применять нормы предпринимательского, гражданского коммерческого законодательства. <i>Владеть:</i> навыками публичной речи, аргументации, ведение дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений.	Оценка за контрольную работу №2. Оценка за устный опрос.
Раздел 3. Сделки и договоры в хозяйственной деятельности	<i>Знать:</i> - национальное (российское) гражданское, предпринимательское, торговое законодательство, тенденции и направления его реформирования и совершенствования, а также практику его применения, законопроекты. <i>Уметь:</i> - самостоятельно и правильно применять нормы предпринимательского, гражданского коммерческого законодательства. <i>Владеть:</i> навыками публичной речи, аргументации, ведение дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений.	Оценка за контрольную работу №3. Оценка за устный опрос.

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Хозяйственное право»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Ценообразование»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина «**Ценообразование**» относится к вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и маркетинга.

Цель дисциплины – заключается в формировании у студентов системы знаний о роли цены в современной рыночной экономике, составе и структуре цены, основах ценообразования на рынках различных типов, об общих основах ценовой стратегии и ценовой политики, влиянии потребителей и их психологии на процесс ценообразования, о формировании и регулировании цен в отдельных отраслях народного хозяйства.

Задачи дисциплины:

- освоение теоретических и практических вопросов формирования цен в современной экономике;
- приобретение практических навыков расчета цен различными методами ценообразования;
- приобретение практических навыков разработки ценовых стратегий;
- ознакомление с нормативно-правовыми актами в области ценообразования.

Дисциплина «**Ценообразование**» преподается в 8 (очная форма обучения) и 8 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и	ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			организации или административного регламента организации.
Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые	ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации	ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта,

инструментов комплекса маркетинга Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.	фирмы 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	на основе исследования рыночной конъюнктуры.		проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- экономическую сущность и функции цены, и основные факторы ценообразования;
- закономерности ценообразования, поведения потребителей и конкуренции в зависимости от структуры рынка и свойств товара (услуги);
- цели, стратегии и политики ценообразования;
- методы государственного регулирования цен;
- закономерности ценообразования на отраслевых рынках;

Уметь:

- применять основные стратегии и политики ценообразования;
- оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию;

Владеть:

- методами сбора и анализа информации о поведении потребителей;
- методами ценообразования.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,9	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,1	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,1	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	84	63
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		83,8	62,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Общеэкономические аспекты ценообразования	27	6	2	-	19
2.	Раздел 2. Соотношение цены и ценности товара (услуги)	29	4	6	-	19
3.	Раздел 3. Стратегия и тактика ценообразования	27	4	4	-	19
4.	Раздел 4. Ценообразование в отраслевом контексте	25	2	4	-	19
	ИТОГО	108	16	16	-	76

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Общеэкономические аспекты ценообразования	27	6	-	-	21
2.	Раздел 2. Соотношение цены и ценности товара (услуги)	29	4	4	-	21
3.	Раздел 3. Стратегия и тактика ценообразования	27	4	2	-	21
4.	Раздел 4. Ценообразование в отраслевом контексте	25	2	2		21
	ИТОГО	108	16	8	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Общеэкономические аспекты ценообразования

Введение. Место ценообразования в ряду экономических дисциплин. Роль специалиста по ценообразованию в компании.

1.1. Цена как экономическая категория.

Основные теоретические концепции цены. Сущность цены. Функции цены. Факторы ценообразования. Внутренние и внешние факторы.

Система цен в экономике. Виды цен. Состав и структура цены.

1.2. Ценообразование на рынках различных типов.

Характеристики структуры рынка – концентрация продавцов и покупателей, наличие барьеров входа и выхода, свойства продукта, наличие конкурентной среды, доступность информации. Ценообразование на рынках свободной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии. Ценовая дискриминация. Регулирование монополии.

1.3. Анализ и оценка эластичности спроса.

Значение коэффициентов эластичности для ценообразования. Эластичность спроса по цене. Точечная и дуговая эластичность. Эластичность спроса по доходу. Перекрестная эластичность. Взаимозаменяемые и взаимодополняемые товары. Пороговые значения коэффициентов эластичности. Кривая спроса и совокупная выручка.

Раздел 2. Соотношение цены и ценности товара (услуги)

2.1. Поведение потребителей.

Роль ценности в ценообразовании. Определение экономической ценности. Факторы, влияющие на восприятие ценности. Сегментация потребителей. Управление восприятием ценности и ценовой чувствительностью.

2.2. Методы сбора информации о поведении потребителей.

Классификация источников и методов сбора и оценки информации о поведении потребителей. Методы, основанные на анализе фактических данных о покупках. Анализ данных о покупках в условиях контролируемого эксперимента. Изучение предпочтений и намерений покупателей в условиях контролируемого опроса. Исследования предпочтений и намерений потребителей в условиях контролируемого эксперимента.

2.3. Влияние конкуренции на процесс ценообразования.

Ценовая конкуренция как игра с отрицательной суммой. Конкурентные преимущества как основа для лидирования на рынке. Возможные реакции на действия конкурентов. Конкуренция как информационная кампания.

Условия применения агрессивного ценообразования. Ценовые войны.

Раздел 3. Стратегия и тактика ценообразования

3.1. Ценовая стратегия компании.

Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования. Дифференциация цен. Влияние конкуренции на формирование цен.

3.2. Ценовая политика компании.

Цели ценовой политики и принципы ценообразования. Политика цен жизненного цикла товара. Политика цен на новые товары. Ценообразование в рамках товарной линии. Пакетное ценообразование. Тактические аспекты ценовой политики. Скидки как инструмент ценовой политики.

3.3. Методы ценообразования.

Сущность затратного ценообразования. Методы затратного ценообразования. Рыночные методы ценообразования. Параметрические методы ценообразования.

3.4. Анализ безубыточности решений в ценообразовании.

Классификация затрат для целей ценообразования. Модель безубыточности. Анализ безубыточности при активном и пассивном ценообразовании.

Раздел 4. Ценообразование в отраслевом контексте

4.1. Регулирование цен

Государственное регулирование цен. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен. Учет влияния инфляции. Формы и методы воздействия государства на цены. Основные законодательные документы в области государственного регулирования цен. Регулирование цен на монопольных и естественно-монопольных рынках. Регулирование цен в зарубежных странах. Влияние налогов на процессы ценообразования.

4.2. Особенности ценообразования на отраслевых рынках.

Ценообразование на продукцию производственно–технического назначения. Ценообразование на потребительские товары. Ценообразование на услуги. Ценообразование на отраслевых рынках. Ценообразование в сети Интернет.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:				
1	– экономическую сущность и функции цены и основные факторы ценообразования;	+			
2	– закономерности ценообразования, поведения потребителей и конкуренции в зависимости от структуры рынка и свойств товара (услуги);		+		
3	– цели, стратегии и политики ценообразования;			+	
4	– методы государственного регулирования цен;				+
5	– закономерности ценообразования на отраслевых рынках;				+
	Уметь:				
5	– применять основные стратегии и политики ценообразования;			+	
6	– оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию;	+	+	+	+
	Владеть:				
9	– методами сбора и анализа информации о поведении потребителей;	+	+	+	+
10	– методами ценообразования.		+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
11	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товаров и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	– ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	+	+	+

12	– ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.	– ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Общэкономические аспекты ценообразования	Разработка и вывод нового товара на рынок Рыночные структуры (типы конкуренций) и цена Составные части цены Решение задач	2
2	Соотношение цены и ценности товара (услуги)	Формирование УТП 10 факторов сокращения чувствительности спроса по цене Нейромаркетинговые инструменты в ценообразовании Решение кейсовых заданий	6
3	Стратегия и тактика ценообразования	Ценовые войны Плановые и тактические скидки Затратные методы ценообразования Ситуационные задачи	4
4	Ценообразование в отраслевом контексте	Государственное регулирование цен Доклады Решение ситуационных задач и кейсов.	4

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
2	Соотношение цены и ценности товара (услуги)	Формирование УТП 10 факторов сокращения чувствительности спроса по цене Нейромаркетинговые инструменты в ценообразовании	4
3	Стратегия и тактика ценообразования	Ценовые войны Плановые и тактические скидки Затратные методы ценообразования Ситуационные задачи	2
4	Ценообразование в отраслевом контексте	Государственное регулирование цен Доклады Решение ситуационных задач и кейсов.	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 60 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 30 баллов), и доклада (максимальная оценка 10 баллов)

8.1. Примерная тематика докладов.

1. Анализ ценовой конкуренции (на примере определенного товарного рынка в общенациональном или региональном масштабе).
2. Проведение экспериментального качественного исследования факторов чувствительности покупателей к уровням цен (на примере определенных товаров с использованием методов анкетирования).
3. Цена в системе методов стимулирования продаж (на примере определенной фирмы).
4. Параметрические зависимости в ценообразовании и их соответствие экономической эффективности или субъективно воспринимаемой ценности товара (на примере определенной товар- ной группы).
5. Ценообразование в современной Японии.
6. Ценообразование в США.
7. Ценообразование в Великобритании.
8. Ценообразование в Испании.
9. Ценообразование в Германии.
10. Ценообразование в КНР.
11. Ценообразование в странах Скандинавии.
12. Ценообразование во Франции.
13. Ценообразование в Российской Федерации.
14. Ценообразование в Бразилии.
15. Ценообразование в Канаде.
16. Ценообразование в сфере розничной торговли.
17. Ценообразование на фармацевтическом рынке.
18. Ценообразование на рынке строительных материалов.
19. Ценообразование в сфере туристических услуг.
20. Ценообразование в сфере разработки программного обеспечения.

При сходности типовых тем их дифференциация может достигаться за счет варьирования требуемой от учащегося степени углубления в тему, а также масштабностью проводимых исследований. Эти требования к работам определяются преподавателем на практических занятиях.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 2 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы 1 и 2 составляет 30 баллов за каждую.

Примеры практических заданий по дисциплине. Максимальная оценка 5 баллов за каждое задание.

Задание 1.

К какой классификационной группе товаров можно отнести:

- Цветной телевизор «Sony»
- термоэластопласт для подошвы обуви
- Автомобиль «Mercedes»
- Джинсы торговой марки Zara
- Шоколад «Twix»
- Шоколадные конфеты Mozart
- Чай «Принцесса Нури»

Задание 2.

Производственная себестоимость изделия ($C/C_{\text{пр}}$) – 290 руб., внепроизводственные расходы ($ВнРасх$) – 5 %, плановый уровень рентабельности (P) – 16 %, НДС – 20 %.

Определить:

- а) полную себестоимость единицы товара $C/C_{\text{полн}}$, руб.;
- б) оптовую цену предприятия $Ц_{\text{опт}}$, руб.;
- в) отпускную цену предприятия $Ц_{\text{отп}}$, руб.

Задание 3.

Рассчитайте исходную цену компьютера агрегатным методом, если известно, что комплект включает в себя:

- 1) системный блок – 15 000 руб.;
- 2) монитор – 6500 руб.;
- 3) колонки – 500 руб.;
- 4) мышь – 140 руб.;
- 5) клавиатура – 250 руб.;
- 6) принтер – 2500 руб.;
- 7) сканер – 2000 руб.

Рассчитайте цену компьютера без клавиатуры, мыши и принтера, если скидка за недоукомплектованность составит 10 %.

Задание 4.

Цена капитала фирмы составляет 18%, стоимость ее активов – 1,5 млн руб. В предстоящем периоде фирма планирует добиться объемов продаж своего единственного товара в размере 2 млн руб. Переменные издержки на единицу продукции составляют 500 руб. и на единицу продукции относится 370 руб. накладных расходов. Какова минимальная цена, по которой фирма может продавать свою продукцию, чтобы достичь планируемого показателя?

- а) 900,65 руб.;
- б) 987, 30 руб.;
- в) 1005,64 руб.;
- г) 1075, 30 руб.

Задание 5.

Необходимо сформулировать свое уникальное торговое предложение. Работающие студенты пишут по своему действующему предприятию. Студенты, не имеющие в настоящий момент занятости, формулируют УТП по предприятию, концепцию которого, они придумали сами.

Шаблон разработки УТП

Необходимо ответить на вопросы: кто вы такие; в чем состоит ваш бизнес; кто ваши клиенты; какие потребности вы удовлетворяете; с кем и как вы конкурируете; в чем ваше отличие; и самое главное – в чем ваше преимущество.

Пример

Кто? – Доминос Пицца

В чем состоит бизнес? – Сеть пиццерий

Для кого? – Для покупателей со средним доходом, которые любят быстро перекусить

Какие потребности удовлетворяются? – Желание быстро и сытно поесть.

С кем конкурируете? – Другие пиццерии.

В чем отличие? – "Доминос Пицца" организует доставку заказа не более чем через 30 минут (в противном случае будет предоставлена sogru-карта на бесплатную пиццу), что дает возможность сэкономить время на приготовлении еды и ожидании долгой доставки.

Если убрать вопросы, то получится следующее УТП:

"Доминос Пицца" представляет собой сеть пиццерий для покупателей со средним доходом, которые любят быстро и сытно поесть. В отличии от других пиццерий, "Доминос Пицца" организует доставку вашего заказа не более чем через 30 минут, что даст возможность сэкономить время на приготовлении еды и ожидании долгой доставки.

Задание 6.

Напишите эссе-рассуждение. Как Вы считаете, должно ли государство вмешиваться в процесс ценообразования хозяйствующих субъектов? В свете распространения коронавирусной инфекции COVID-19, какие меры государственного регулирования цен были бы, по вашему мнению, актуальны?

Объем (1 страница Word, 14 кегль).

Контрольная работа №1. Максимальная оценка 30 баллов.

Одной из форм итоговой отчетности по нашему курсу является презентация и выступление обучающихся по расчету цены (товара, услуги). Презентация должна включать:

- Название и местоположение компании, чем она занимается, организационно-правовая форма и т.д.
- Основная выгода и какую базовую нужду удовлетворяет, товары заменители
- К какому товару относится по классификации товаров
- Подкрепление товара (услуги)
- Слоган
- Цветовое решение бренда (разработка логотипа не обязательна, но это плюс, ну не как прям магазин будет выглядеть изнутри, а его цветовое решение в каких тонах и т.д.)
- УТП
- Упаковка

- Составить смету затрат
- Распределить затраты по объекту учета
- Рассчитать цену вашей продукции (услуги) на основе затратного метода (например метод на основе нормативов рентабельности, или любой другой из лекции)
- Конкурентный анализ (основные конкуренты по общим признакам, с указанием цены товара(услуги) у них. Необходимо, чтобы определить цену безразличия и вообще сориентироваться с ценой рынка.
- Рассчитать EVC
- Разработать систему скидок (плановые и тактические)

Контрольная работа №2 в форме устного опроса. Максимальная оценка 30 баллов.

1. Примерный перечень вопросов по дисциплине:
2. Место и роль цены в рыночной экономике.
3. Стоимостная теория цены.
4. Теория цены, основанная на полезности.
5. Затратный подход к ценообразованию.
6. Ценностный подход к ценообразованию.
7. Понятие ценообразования. Системы ценообразования. Отличие планово-директивной системы ценообразования от рыночной.
8. Тактический и стратегический факторы ценообразования.
9. Учетная функция цены.
10. Стимулирующая функция цены.
11. Функция сбалансирования спроса и предложения.
12. Распределительная функция цены.
13. Функция цены как критерия рационального размещения производства.
14. Взаимосвязь и взаимодействие функций цены.
15. Понятие методологии и методики ценообразования.
16. Принцип научного обоснования цен.
17. Принцип целевой направленности цен.
18. Принцип непрерывности процесса ценообразования.
19. Принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.
20. Взаимосвязь ценообразования с другими экономическими дисциплинами.
21. Классификация цен в зависимости от сферы обслуживания.
22. Классификация цен в зависимости от степени новизны товара.
23. Классификация цен в зависимости от порядка возмещения транспортных расходов.
24. Классификация цен в зависимости от территории действия и степени государственного регулирования цен.
25. Сущность и особенности трансфертного ценообразования.
26. Особенности ценообразования в строительстве.
27. Понятие состава и структуры цены. Рыночная цена и цена потребления.
28. Определение системы цен. Факторы, обуславливающие единство системы цен.
29. Взаимосвязь цены и спроса.
30. Взаимосвязь цены и предложения.
31. Ценовая эластичность, ее виды и роль в принятии решений по ценам.
32. Факторы, оказывающие влияние на уровень цен.
33. Конкурентная структура рынка.
34. Особенности формирования цен на рынке чистой конкуренции.
35. Особенности формирования цен на рынке монополистической конкуренции.

36. Особенности формирования цен на рынке олигополистической конкуренции.
37. Особенности формирования цен на рынке чистой монополии.
38. Ценовая информация и ее роль в принятии ценовых решений.
39. Ценовая и неценовая конкуренция.
40. Этапы процесса ценообразования. Выбор цели. Определение спроса.
41. Этапы процесса ценообразования. Анализ издержек методом цепочки ценностей. Анализ цен конкурентов.
42. Этапы процесса ценообразования. Выбор метода ценообразования. Установление окончательной цены.
43. Классификационные признаки методов ценообразования.
44. Затратные методы ценообразования. Метод полных издержек. Метод прямых затрат. Преимущества и недостатки методов.
45. Затратные методы ценообразования. Метод предельных издержек. Метод ценообразования на основе анализа безубыточности. Метод учета рентабельности инвестиций. Преимущества и недостатки методов.
46. Рыночные методы ценообразования с ориентацией на потребителя. Понятие ценности. Метод расчета цены на основе воспринимаемой ценности товара потребителем.
47. Рыночные методы ценообразования с ориентацией на потребителя. Метод оценки максимально приемлемой цены.
48. Рыночные методы с ориентацией на спрос. Метод ценообразования на основе анализа пределов и условия его применения.
49. Рыночные методы ценообразования с ориентацией на конкурентов. Метод следования за рыночными ценами. Метод следования за ценами фирмы-лидера на рынке.
50. Рыночные методы ценообразования с ориентацией на конкурентов. Метод ценообразования на основе привычных цен. Метод престижного ценообразования. Состязательный метод определения цен.
51. Параметрические методы ценообразования. Понятие параметрического ряда. Метод удельных показателей, условия его применения и недостатки.
52. Параметрические методы ценообразования. Агрегатный метод. Метод регрессионного анализа.
53. Параметрические методы ценообразования. Балловый метод определения цены, условия его применения и недостатки.
54. Тактические и стратегические аспекты ценовой политики фирмы.
55. Стратегии ценообразования. Стратегии качественно-ценового позиционирования товара на рынке.
56. Стратегии ценообразования. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.
57. Стратегии ценообразования. Формирование цен по географическому принципу. Установление цен со скидками и зачетами.
58. Стратегии ценообразования. Формирование цен с целью стимулирования сбыта. Установление дискриминационных цен.
59. Сущность и виды издержек и их роль в процессе формирования цен.
60. Комплексный анализ соотношения затрат, объемов производства и прибыли. Расчет критического объема производства методом уравнения, графическим способом и методом маржинальной прибыли.
61. Дифференциация издержек на постоянные и переменные методом наименьших квадратов.
62. Роль и значение государственного регулирования экономики и цен.
63. Концептуальные подходы к роли государства в регулировании экономики и цен.
64. Методы государственного регулирования и контроля цен.
65. Зарубежный опыт государственного регулирования цен.

66. Прибыль как составляющая часть цены, функции и виды прибыли.
67. Влияние налогов на состав цены.
68. Косвенные налоги в составе цены.
69. Взаимосвязь прямого налогообложения и ценообразования.
70. Взаимосвязь цен и кредитной системы.
71. Взаимосвязь цен и денежного обращения.
72. Понятие и состав конкурентного законодательства.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (8 семестр – зачет (очная форма), 8 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489051>

2. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебное пособие для вузов / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15650-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509293>

Б. Дополнительная литература

1. Лузина, Т. В. Ценообразование во внешней торговле : учебник для вузов / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 278 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07444-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494304>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.

Журналы:

- Журнал «Маркетинг». ISSN: 0869-3722;
- Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования». ISSN: 2074-5095;
- Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». ISSN: 1028-5849
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде
«<https://www.cossa.ru>
- Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>
- <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора
- <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»
- <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека
- http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций.

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Ценообразование*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99- 155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Общеэкономические аспекты ценообразования	<i>Знает:</i> – экономическую сущность и функции цены и основные факторы ценообразования; <i>Умеет:</i> – оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию. <i>Владеет:</i> – методами сбора и анализа информации о поведении потребителей;	Оценка за практическую работу Оценка за зачет
Раздел 2. Соотношение цены и ценности товара (услуги)	<i>Знает:</i> – закономерности ценообразования, поведения потребителей и конкуренции в зависимости от структуры рынка и свойств товара (услуги); <i>Умеет:</i> – оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию. <i>Владеет:</i> – методами сбора и анализа информации о поведении потребителей; – методами ценообразования.	Оценка за практическую работу Оценка за доклад Оценка за зачет
Раздел 3. Стратегия и тактика ценообразования	<i>Знает:</i> – цели, стратегии и политики ценообразования; <i>Умеет:</i> – применять основные стратегии и политики ценообразования; – оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию. <i>Владеет:</i> – методами сбора и анализа информации о поведении потребителей; – методами ценообразования.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольный работу №1 Оценка за зачет

Раздел 4. Ценообразование в отраслевом контексте	<i>Знает:</i> – методы государственного регулирования цен; – закономерности ценообразования на отраслевых рынках. <i>Умеет:</i> – оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию. <i>Владеет:</i> – методами сбора и анализа информации о поведении потребителей.	Оценка за практическую работу Оценка за контрольный работу №2 Оценка за зачет

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Ценообразование»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Цифровое общество и искусственный интеллект»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом технических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Т.Н. Шушуновой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина **«Цифровое общество и искусственный интеллект»** относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и менеджмента.

Цель дисциплины – овладение обучающимися бакалавриата знаний теории интеллектуальных систем, построения и использования в профессиональной деятельности технологий искусственного интеллекта, а также формирование базовых цифровых навыков работы с информацией для безопасного и эффективного использования технологий и инструментов работы с информацией в целях удовлетворения личных, образовательных и профессиональных потребностей, коммуникации и коллективной работы в цифровой среде.

Задачи дисциплины:

- повышение компьютерной грамотности и формирование культуры использования современных возможностей и достижений информационно-коммуникационных технологий у студентов в рамках профессиональной деятельности.

- овладение базовыми умениями и навыками настройки и применения в практике профессиональной деятельности технологий виртуальной реальности, разговорных чат-ботов, в том числе с элементами искусственного интеллекта;

- освоение начального уровня использования в практике профессиональной деятельности технологий машинного обучения и больших данных, а также обеспечения информационной безопасности цифровой, формирования, защиты и продвижения цифровой репутации, активной и эффективной реализации личностного и профессионального потенциала специалиста в сфере цифровой экономики

Дисциплина **«Цифровое общество и искусственный интеллект»** преподается в 7 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

УК-1.1; ПК-7.2; ПК-8.3

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Индикаторы
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации; Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.	Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы 08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)	ПК-7 Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры	ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н, Обобщенная трудовая функция А. Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга А /02.6. Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга (уровень квалификации – 6)

Владение современным и цифровыми технологиями в контексте управленческой деятельности; Экономический и стратегический анализ для построения прогнозов развития макро- и микросреды бизнеса; Принятие управленческих решений	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования 40. Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макро-уровнях в экспертно-аналитических организациях и службах	ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	ПК-8.3. Владеет навыками проведения аналитических исследований хозяйственной деятельности организации	Анализ требований выпускникам направления подготовки на рынке труда, обобщение зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки. Профессиональный стандарт «Специалист по стратегическому и тактическому планированию и организации производства», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 № 609 н, Обобщенная трудовая функция: А. Тактическое управление процессами планирования и организации производства на уровне структурного подразделения промышленной организации (отдела, цеха). А/02.6. Тактическое управление процессами организации производства (уровень квалификации – 6) к профессиональным компетенциям, предъявляемым к

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- знать историю, место и роль информационных технологий в жизни общества и в профессиональной деятельности;
- понимать различия в информационных и компьютерных технологиях;
- направления развития систем и методов искусственного интеллекта, задач, решаемых методами искусственного интеллекта, методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа.

Уметь:

- решать задачи управления развитием организации, анализа и разработки маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений; вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах;
- применять методы искусственного интеллекта для решения профессиональных задач в сфере маркетинга;
- составлять, проектировать и решать практические задачи в сфере маркетинга методами искусственного интеллекта.

Владеть:

- навыками использования цифровой информации решения повседневных информационных задач, практической реализации систем искусственного интеллекта;
- информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами;
- методами наглядного представления результатов, полученных методами искусственного применения приложений искусственного интеллекта.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,32	48	36
в том числе в форме практической подготовки	-	-	-
Лекции	0,88	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,66	59,8	44,85
Вид контроля:			
Зачет	0,2	0,2	0,15
Контактная работа – промежуточная аттестация	0,2	0,2	0,15
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Переход к глобальному цифровому обществу	30	6	4	-	20
2.	1.1. Понятие, особенности и преимущества глобального цифрового общества.	12	2	2	-	8
3.	1.2. Модели развития цифрового общества.	10	2		-	8
4.	1.3. Цифровая экономика и современные технологические тренды.	8	2	2	-	4
5.	Раздел 2. Развитие искусственного интеллекта	50	20	10	-	20
6.	2.1. Современный искусственный интеллект и интеллектуальные информационные системы	6	2	2	-	2
7.	2.2. Интернет вещей и промышленный интернет вещей.	4	2		-	2
8	2.3 Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций	6	2	2		2
9	2.4 Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры	4	2			2
10	2.5 Виртуальная и дополненная реальность.	6	2	2		2
11	2.6 Гибкие методологии управления проектами.	4	2			2
12	2.7 Слабый и сильный искусственный интеллект в управленческих практиках.	6	2	2		2
13	2.8 Сбор и подготовка данных для систем искусственного интеллекта.	4	2		-	2
14	2.9 Гибридная парадигма – «прорывная технология» искусственного интеллекта.	6	2	2		2
15	2.10 Интеллектуальные системы поддержки принятия управленческих решений и экспертные системы.	4	2			2
16	Раздел 3. Правовые и этические нормы в области искусственного интеллекта	28	6	2	-	20
17	3.1. Стандарты в области информационной безопасности.	12	2	2	-	8
18	3.2 Цифровая репутация	10	2			8
19	3.3 Особенности формирования цифрового общества в России.	6	2			4
20	ИТОГО	108	32	16	-	60

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Переход к глобальному цифровому обществу

Понятие, особенности и преимущества глобального цифрового общества. Понятие глобального цифрового общества. Понятие и особенности глобальной сетевой экономики. Электронные виды финансовых и развлекательных услуг. Преимущества интернет-технологий для предпринимательской деятельности. Изменения в политической жизни общества, вызванные информационно-коммуникационными технологиями. Развитие идей глобального цифрового общества в трудах Д. Белла, И. Масуды, Т. Стоуньера, М. Маклюэна, Э. Тоффлера, П. Дракера, М. Кастельса, А.И. Ракитова, Г.Л. Смоляна и Д.С.Черешкина

Модели развития цифрового общества. Цифровое общество как сетевая коммуникация. Две основные модели развития цифрового общества. Основные черты цифрового общества Европейского союза. Влияние национальных культурных особенностей на разработку модели развития цифрового общества. Восточная модель развития цифрового общества. Государственное регулирование рынка информационных технологий в различных странах. Замена постиндустриального общества цифровым. Понятие сетевой коммуникации. Особенности развития сетевой коммуникации в цифровом обществе.

Цифровая экономика и современные технологические тренды. Цифровые платформы, сквозные технологии, цифровая трансформация бизнеса и новые рынки. Цифровая экономика: обзор базовых понятий, концепций, ключевые составляющие цифровой экономики, ее важность для РФ. Способы реализации. Основные технологии. Основные цифровые платформы, роль государства: трансформация продаж и услуг в цифровых платформах. Технология 5G: особенности и преимущества использования.

Раздел 2. Развитие искусственного интеллекта

Современный искусственный интеллект и интеллектуальные информационные системы. Информатизация общества, информационно-коммуникационные технологии в мире, перспективы их развития. Развитие искусственного интеллекта, эволюция и главные тренды систем искусственного интеллекта. Основные параметры идентификации задач искусственного интеллекта: назначение, сфера применения, виды используемых знаний, временные аспекты решения задач.

Интернет вещей и промышленный интернет вещей. Цифровые двойники и виртуальные профили. Технологическое лидерство, цифровизация экономики, основные платформы. Большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект. Системы распределенного реестра, квантовые технологии. Промышленный интернет вещей, компоненты робототехники и сенсорики. Технологии виртуальной и дополнительной реальности.

Информация в квантовом мире и будущее коммуникаций Экономические процессы, сопровождающие первую и вторую квантовые революции. Понятия волновой и квантовой оптики. Квантовая криптография. Особенности реализации квантового компьютера. Использование квантовой криптографии в цифровой экономике.

Криптовалюты, распределенные реестры и сохраненные процедуры (смарт-контракты). Понятие блокчейна, их разновидность. Устройство, формирование, реализация технологии блокчейна. Криптовалюта как основное применение блокчейна. Обзор Топ-5 криптовалют по капитализации. Смарт-контракты. Где можно использовать блокчейн уже сегодня.

Виртуальная и дополненная реальность. Обзор возможностей и различий AR и VR-технологий. Использование VR-технологии. Кейсы с использованием AR-технологии. Как создаются VR и AR-проекты. Способы дистрибуции проектов и перспективы развития технологий.

Гибкие методологии управления проектами. Гибкие методологии разработки ПО. Методология Scrum. Экстремальное программирование. Бережливое производство. Методология Канбан.

Слабый и сильный искусственный интеллект в управленческих практиках. Научные основы дифференциации искусственного интеллекта. Нормативно-правовые основы развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта. Управленческие практики применения сильного и слабого искусственного интеллекта.

Сбор и подготовка данных для систем искусственного интеллекта. Основные инструменты, библиотеки и технологии Data Science. Формирование требований к системе искусственного интеллекта. Виды представления данных. Методы поиска, сбора и обобщения информации о проблемной области путем опроса экспертов, исходных данных о функционировании проблемной и предметной областей, документированных источников знаний. Достоверные источники данных. Открытые источники данных. Целостность и непротиворечивость данных. Уровни представления данных (ODS, DDL, семантический слой, модель данных). Предварительная обработка и разметка данных

Гибридная парадигма – «прорывная технология» искусственного интеллекта. Архитектура гибридной интеллектуальной системы. Основные элементы: аффлекторы, подсистема управления, эффекторы. Агентный подход. Построение рациональных агентов. Получение «роевого интеллекта». Автоматизация деловых процессов при помощи разговорного интерфейса и чат-ботов. Обработка естественного языка. Чат-боты. Первые разработки в области Искусственного Интеллекта. ELIZA, SHRDLU, PARRY, Jabberwocky, A.L.I.C.E., Siri, Alexa и Cortana. Задачи чат-ботов. Статистические методы распознавания. Применение формулы Байеса к последовательностям символов. Формальный метод. Использование нейронных сетей, нейросетевой подход. Метод семантической свёртки. Современные проблемы для чат-ботов. Нейросетевая библиотека TensorFlow. Классификация. Функция активации ReLU. Скрытые слои нейронной сети. Наборы данных. Построение минимальной классифицирующей нейронной сети.

Интеллектуальные системы поддержки принятия управленческих решений и экспертные системы. Генезис систем поддержки принятия решений (СППР) Научная интерпретация интеллектуальных систем поддержки принятия решений (ИСППР). Экспертные системы

Раздел 3 Правовые и этические нормы в области искусственного интеллекта

Вопросы информационной безопасности в области искусственного интеллекта. Стандарты в области информационной безопасности. Триада информационной безопасности. Риски информационной безопасности. Развитие систем информационной безопасности. Технические средства защиты. Системы защиты облачных сервисов и электронной почты. Защита дополнительных корпоративных сервисов. Средства защиты системы контроля доступа пользователя. Системы контроля доступа устройств к сети. Репутационные сервисы и SIEM-системы. IT-активы, управление паролями. Рекомендации по личной безопасности в интернете.

Введение в управление цифровой репутацией. Понятие цифровой репутации, управление цифровой репутацией. Правила создания цифровой репутации, выполнение практических заданий по формированию цифровой репутации.

Особенности формирования цифрового общества в России. Концепция государственной информационной политики. Базовые принципы государственной информационной политики. Формирование единого информационного пространства России. Концепция формирования цифрового общества в России. Определение российского пути развития цифрового общества, основных усилий, положений и приоритетов государственной информационной политики, обеспечивающих этот процесс. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Четыре составляющие национальных интересов России. Первоочередные мероприятия государственной

политики в области обеспечения информационной безопасности России. Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года. Создание условий для разработки и внедрения технологий искусственного интеллекта Национальные и федеральные проекты, государственные программы приоритетные программы и проекты

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раз дел 1	Раз дел 2	Раз дел 3
	Знать:			
1	- знать историю, место и роль информационных технологий в жизни общества и в профессиональной деятельности;	+	+	+
2	- понимать различия в информационных и компьютерных технологиях;	+		+
3	- направления развитие систем и методов искусственного интеллекта, задач, решаемых методами искусственного интеллекта, методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа.	+	+	
	Уметь:			
4	- решать задачи управления развитием организации, анализа и разработки маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений; вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах;	+	+	+
5	- применять методы искусственного интеллекта для решения профессиональных задач в сфере маркетинга;	+	+	+
6	- составлять, проектировать и решать практические задачи в сфере маркетинга методами искусственного интеллекта.	+	+	+
	Владеть:			
7	- навыками использования цифровой информации решения повседневных информационных задач, практической реализации систем искусственного интеллекта;	+	+	+
8	- информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами;	+	+	
9	- методами наглядного представления результатов, полученных методами искусственного применения приложений искусственного интеллекта.		+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :				
	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения		
	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики поиска, сбора и обработки информации; актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа		
		+	+	+

ПК-7 Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры	ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений			
ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений организации	ПК-8.3. Владеет навыками проведения аналитических исследований хозяйственной деятельности организации			

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Изменения в политической жизни общества, вызванные информационно-коммуникационными технологиями.	2
2	1	Влияние национальных культурных особенностей на разработку модели развития цифрового общества.	2
3	2	Основные параметры идентификации задач искусственного интеллект	2
4	2	Использование квантовой криптографии в цифровой экономике	2
5	2	Кейсы с использованием AR-технологии, VR-технологии.	2
6	2	Нормативно-правовые основы развития регулирования отношений в сфере технологий искусственного интеллекта.	2
7	2	Автоматизация деловых процессов при помощи разговорного интерфейса и чат-ботов.	2
8	3	Создание цифровой репутации, выполнение практических заданий по формированию цифровой репутации	2
	Итого		16

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с

указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 60 баллов), практических работ (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 20 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 1.1.

1. Что такое глобальное цифровое общество? Какие ключевые особенности оно имеет?
2. Как определяется понятие «глобальное цифровое общество»? Кто из исследователей внёс вклад в развитие этого понятия?
3. Что представляет собой глобальная сетевая экономика? Каковы её основные характеристики?
4. Приведите примеры электронных видов финансовых и развлекательных услуг. Как они изменили повседневную жизнь людей?
5. Какие преимущества дают интернет-технологии для ведения бизнеса? Приведите конкретные примеры.
6. Как информационно-коммуникационные технологии повлияли на политическую жизнь современного общества? Приведите примеры изменений.
7. В чём заключаются основные идеи о развитии глобального цифрового общества у перечисленных авторов? Как их взгляды различаются?
8. Какие существуют основные модели развития цифрового общества? В чем заключается их различие?
9. Почему цифровое общество часто рассматривается как форма сетевой коммуникации? Какие факторы этому способствуют?
10. Назовите две основные модели развития цифрового общества. В чем их принципиальные различия?
11. Какие основные черты характеризуют цифровое общество в Европейском союзе? Чем оно отличается от других моделей?
12. Как национальные культурные особенности влияют на формирование модели развития цифрового общества? Приведите примеры.
13. В чем заключаются особенности восточной модели развития цифрового общества? Какие страны являются примером этой модели?
14. Как различаются подходы к государственному регулированию рынка информационных технологий в разных странах? Приведите примеры.
15. Можно ли утверждать, что цифровое общество заменяет постиндустриальное? Обоснуйте свою точку зрения.
16. Что такое сетевая коммуникация? Какие формы она принимает в современном мире?
17. Каким образом сетевая коммуникация развивается в условиях цифрового общества? Какие новые возможности она предоставляет?

18. Какую роль играют социальные сети в формировании общественного мнения? Приведите примеры влияния социальных медиа на политические процессы.
19. Какие перспективы развития цифровой экономики вы видите в ближайшие десятилетия? Какие вызовы могут возникнуть перед обществом?
20. Какие возможные риски и угрозы связаны с развитием цифрового общества? Как можно минимизировать эти риски?

Вопрос 1.2.

1. Какие ключевые компоненты составляют цифровую экономику?
2. Перечислите основные элементы, определяющие цифровую экономику.
3. Почему цифровая экономика важна для Российской Федерации?
4. Объясните значимость цифровой экономики для экономического роста и конкурентоспособности России.
5. Каковы способы реализации цифровой экономики?
6. Укажите основные методы и стратегии внедрения цифровой экономики.
7. Назовите основные технологии, лежащие в основе цифровой экономики.
8. Кратко перечислите ключевые технологии, такие как искусственный интеллект, блокчейн, большие данные и другие.
9. В чем заключается концепция цифровой трансформации бизнеса?
10. Определите суть процесса цифровой трансформации и его влияние на бизнес-процессы.
11. Приведите примеры новых рынков, формирующихся благодаря цифровой экономике.
12. Описать несколько примеров возникновения новых рыночных ниш в результате цифровизации.
13. Роль государства в цифровой трансформации продаж и услуг.
14. Расскажите о том, какие функции выполняет государство при переходе к цифровым платформам.
15. Технология 5G: особенности и преимущества использования.
16. Охарактеризуйте основные свойства и выгоды от применения технологии 5G.
17. Основные цифровые платформы: их роль и значение.
18. Уточните, какую роль играют цифровые платформы в современной экономике и какие преимущества они предоставляют пользователям.
19. Какие проблемы возникают при внедрении цифровой экономики в России?
20. Рассмотрите основные трудности и барьеры, возникающие при переходе к цифровой экономике в контексте российской действительности.
21. Примеры успешных цифровых проектов в России.
22. Приведите несколько кейсов успешных реализаций цифровых инициатив в российском бизнесе и государственном секторе.
23. Как цифровая трансформация влияет на традиционные отрасли экономики?
24. Проанализируйте изменения, происходящие в традиционных секторах под влиянием цифровизации.
25. Понятие сквозных технологий: что это и зачем они нужны?
26. Объясните сущность сквозных технологий и их роль в цифровой экономике.
27. Чем отличаются цифровые платформы от традиционных бизнес-моделей?
28. Какие меры предпринимает российское правительство для поддержки цифровой экономики?

29. Как цифровизация меняет структуру занятости и рынок труда?
30. Какие перспективы открываются перед малым бизнесом в условиях цифровой экономики?
31. Раскройте вопросы безопасности данных и защиты информации в условиях широкого распространения цифровых технологий.
32. Поделитесь своими прогнозами касательно дальнейшего развития цифровой экономики и технологических трендов.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 2.1.

1. Что такое современный искусственный интеллект (ИИ)? Какие задачи он решает и где применяется?
2. Как информатизация общества влияет на развитие информационно-коммуникационных технологий? Приведите примеры.
3. Какие перспективы развития информационно-коммуникационных технологий вы видите в ближайшем будущем? Какие новые технологии могут появиться?
4. Как развивался искусственный интеллект за последние годы? Какие главные тренды в области ИИ вы можете отметить?
5. Назовите основные параметры, по которым классифицируются задачи искусственного интеллекта. Приведите пример задачи и проанализируйте её по этим параметрам.
6. В чем разница между обычным Интернетом вещей (IoT) и промышленным Интернетом вещей (IIoT)? Приведите примеры использования IIoT.
7. Что такое цифровые двойники и виртуальные профили? Как они используются в современных технологиях?
8. Какие страны считаются мировыми лидерами в области технологического развития и цифровизации экономики? Приведите примеры их достижений.
9. Как взаимосвязаны большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект? Приведите примеры их совместного использования.
10. Что такое системы распределенного реестра (блокчейн)? Как квантовые технологии могут повлиять на их развитие?
11. Какие основные компоненты входят в состав роботов и сенсоров? Как они взаимодействуют друг с другом?
12. В чем отличие между виртуальной (VR) и дополнительной (AR) реальностью? Приведите примеры использования этих технологий.
13. Как квантовые технологии могут изменить способы передачи и обработки информации? Какие перспективы вы видите в этом направлении?
14. Чем отличались экономические процессы, сопровождавшие первую и вторую квантовые революции? Какие изменения произошли в экономике благодаря этим революциям?
15. Что такое волновая и квантовая оптика? Как они применяются в современных технологиях?
16. Что такое квантовая криптография? Как она используется в цифровой экономике?
17. Как реализуется квантовый компьютер? Какие технические сложности возникают при его создании?
18. Что такое блокчейн? Как он используется в криптовалютах? Приведите примеры популярных криптовалют.
19. Что такое смарт-контракт? Где и как они могут использоваться?

20. Каковы перспективы развития технологий виртуальной и дополненной реальности? Какие направления кажутся наиболее перспективными?

Вопрос 2.2.

1. Что такое гибкие методологии управления проектами? Какие основные принципы лежат в их основе?

2. Какие гибкие методологии чаще всего используются в разработке программного обеспечения? Приведите примеры.

3. В чем суть методологии Scrum? Какие роли и события присутствуют в рамках этой методологии?

4. Что такое экстремальное программирование (XP)? Какие основные практики оно включает?

5. Что такое бережливое производство (Lean)? Как оно связано с управлением проектами?

6. В чем заключается методология Канбан? Какие принципы она использует для оптимизации работы?

7. Чем отличается слабый искусственный интеллект (AI) от сильного? Приведите примеры их применения в управленческих практиках.

8. На каких научных принципах основана дифференциация искусственного интеллекта? Какие критерии используются для классификации AI-систем?

9. Какие нормативно-правовые акты регулируют использование технологий искусственного интеллекта? Какие проблемы возникают при их применении?

10. Какие этапы включают сбор и подготовка данных для систем искусственного интеллекта? Какие инструменты и технологии используются на каждом этапе?

11. Как формируются требования к системе искусственного интеллекта? Какие факторы необходимо учитывать при их формулировании?

12. Какие виды представления данных используются в системах искусственного интеллекта? Приведите примеры каждого вида.

13. Какие методы используются для поиска, сбора и обобщения информации в процессе создания систем искусственного интеллекта? Приведите примеры.

14. Что такое гибридная парадигма в искусственном интеллекте? Какие преимущества она дает по сравнению с традиционными методами?

15. Из каких основных элементов состоит архитектура гибридной интеллектуальной системы? Как они взаимодействуют друг с другом?

16. Что такое агентный подход в искусственном интеллекте? Как строится рациональный агент? Приведите примеры.

17. Какие методы используются для обработки естественного языка в чат-ботах? Приведите примеры известных чат-ботов.

18. Какие первые разработки в области искусственного интеллекта вы знаете? Как они повлияли на дальнейшее развитие этой сферы?

19. Какие нейросетевые методы используются в библиотеке TensorFlow? Приведите примеры их применения.

20. Что такое интеллектуальные системы поддержки принятия решений (ИСППР) и экспертные системы? В чем их отличия и сходства?

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 3.1.

1. Какие основные вопросы информационной безопасности возникают при использовании искусственного интеллекта? Приведите примеры.
2. Какие стандарты в области информационной безопасности существуют? Приведите примеры международных стандартов.
3. Что такое триада информационной безопасности? Какие компоненты она включает?
4. Какие основные риски информационной безопасности существуют? Приведите примеры рисков, связанных с утечкой данных.
5. Как развивались системы информационной безопасности за последние годы? Какие новые технологии появились?
6. Какие технические средства защиты используются для обеспечения информационной безопасности? Приведите примеры.
7. Какие системы защиты используются для обеспечения безопасности облачных сервисов и электронной почты? Приведите примеры.
8. Какие дополнительные корпоративные сервисы требуют защиты? Приведите примеры мер защиты.
9. Какие средства защиты используются для контроля доступа пользователей? Приведите примеры.
10. Какие системы контроля доступа устройств к сети используются? Приведите примеры.

Вопрос 3.2.

1. Что такое репутационные сервисы и SIEM-системы? Как они помогают обеспечить информационную безопасность?
2. Какие меры принимаются для управления паролями и защиты IT-активов? Приведите примеры.
3. Какие рекомендации по личной безопасности в интернете вы могли бы дать? Приведите примеры.
4. Что такое управление цифровой репутацией? Какие цели преследует этот процесс?
5. Что такое цифровая репутация? Какие факторы влияют на её формирование?
6. Какие правила следует соблюдать при создании цифровой репутации? Приведите примеры.
7. Какие практические задания можно выполнять для формирования цифровой репутации? Приведите примеры.
8. Как информационная безопасность связана с цифровой репутацией? Приведите примеры.
9. Какие риски существуют в области управления цифровой репутацией? Как их можно минимизировать?
10. Каковы перспективы развития управления цифровой репутацией? Какие новые технологии могут появиться в этой области?

Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (7 семестр – зачет)

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. *Воронов, М. В.* Системы искусственного интеллекта : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронов, В. И. Пименов, И. А. Небаев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 268 с.

2. *Станкевич, Л. А.* Интеллектуальные системы и технологии : учебник и практикум для вузов / Л. А. Станкевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 478 с.

Б. Дополнительная литература

1. *Иванов, В. М.* Интеллектуальные системы : учебное пособие для вузов / В. М. Иванов ; под научной редакцией А. Н. Сесекина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 88 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20851-1.

2. *Бессмертный, И. А.* Искусственный интеллект. Введение в многоагентные системы : учебник для вузов / И. А. Бессмертный. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 148 с.

3. *Загорулько, Ю. А.* Искусственный интеллект. Инженерия знаний : учебное пособие для вузов / Ю. А. Загорулько, Г. Б. Загорулько. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 93 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Harvard Business Review – Россия;
- Вестник McKinsey – Россия;
- Менеджмент в России и за рубежом;
- Проблемы теории и практики управления;
- Российский журнал менеджмента;
- Эксперт;
- Секрет фирмы;
- Forbes.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.uptp.ru/content/> - Проблемы теории и практики управления;
- <http://www.forbes.ru/> - Forbes Russia;
- <http://www.pragmatist.ru/category/istoriya-menedzhmenta> – Энциклопедия менеджмента [Электронный ресурс];
- <https://hbr-russia.ru/> – Harvard Business Review – Россия;
- <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту;
- <https://www.biblio-online.ru> – электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»;
- <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека eLibrary.ru.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 148);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 200);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Цифровое общество и искусственный интеллект»* проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 Professional Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Переход к глобальному цифровому обществу	<i>Знает:</i> – знать историю, место и роль информационных технологий в жизни общества и в профессиональной деятельности; - понимать различия в информационных и компьютерных технологиях; - направления развития систем и методов искусственного интеллекта, задач, решаемых методами искусственного интеллекта, методики поиска, сбора и обработки информации; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа. <i>Умеет:</i> - решать задачи управления развитием организации, анализа и разработки маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений; - вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах; - применять методы искусственного интеллекта для решения профессиональных задач в сфере маркетинга; - составлять, проектировать и решать практические задачи в сфере маркетинга методами искусственного интеллекта. <i>Владеет:</i> - навыками использования цифровой информации решения повседневных информационных задач, практической реализации систем искусственного интеллекта; - информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами; - методами наглядного представления результатов, полученных методами	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 1. Оценка за зачет

	искусственного применения приложений искусственного интеллекта.	
Раздел 2. Развитие искусственного интеллекта	<i>Знает:</i> – знать историю, место и роль информационных технологий в жизни общества и в профессиональной деятельности; - понимать различия в информационных и компьютерных технологиях; - направления развития систем и методов искусственного интеллекта, задач, решаемых методами искусственного интеллекта, методики поиска, сбора и обработки информации; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа. <i>Умеет:</i> - решать задачи управления развитием организации, анализа и разработки маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений; вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах; - применять методы искусственного интеллекта для решения профессиональных задач в сфере маркетинга; - составлять, проектировать и решать практические задачи в сфере маркетинга методами искусственного интеллекта. <i>Владеет:</i> - навыками использования цифровой информации решения повседневных информационных задач, практической реализации систем искусственного интеллекта; - информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами; – - методами наглядного представления результатов, полученных методами	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 2. Оценка за зачет

	искусственного применения приложений искусственного интеллекта.	
Раздел 3. Правовые и этические нормы в области искусственного интеллекта	<i>Знает:</i> – знать историю, место и роль информационных технологий в жизни общества и в профессиональной деятельности; - понимать различия в информационных и компьютерных технологиях; - направления развития систем и методов искусственного интеллекта, задач, решаемых методами искусственного интеллекта, методики поиска, сбора и обработки информации; - актуальные российские и зарубежные источники информации в сфере профессиональной деятельности; метод системного анализа. <i>Умеет:</i> - решать задачи управления развитием организации, анализа и разработки маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений; вести поиск и отбор релевантной информации в интернете, информационно-библиографических базах; - применять методы искусственного интеллекта для решения профессиональных задач в сфере маркетинга; - составлять, проектировать и решать практические задачи в сфере маркетинга методами искусственного интеллекта. <i>Владеет:</i> - навыками использования цифровой информации решения повседневных информационных задач, практической реализации систем искусственного интеллекта; - информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами; - методами наглядного представления результатов, полученных методами искусственного применения	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 3. Оценка за зачет

	приложений интеллекта.	искусственного	

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);
- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;
- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

– **Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Цифровое общество и искусственный интеллект»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Экологический менеджмент»

Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: профессором кафедры менеджмента и маркетинга Т. В. Гусевой,
доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Я.П. Молчановой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.04.02. – «Менеджмент»** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение 1 семестра.

Дисциплина **«Экологический менеджмент»** относится к вариативной части профессионального цикла учебного плана. Для успешного освоения дисциплины студент должен знать основные положения основ менеджмента, управления качеством, концепций современного естествознания и ряда других дисциплин.

Цель дисциплины – усвоение будущими бакалаврами теоретических знаний о системах экологического менеджмента и формирование умений применять конкретные методы разработки, внедрения и оценки функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента с целью повышения эффективности и результативности производственной деятельности.

Задачи дисциплины

- раскрыть основные понятия экологического менеджмента;
- познакомить с особенностями современных систем менеджмента (экологического, энергетического менеджмента), требования к которым устанавливаются Международной организацией по стандартизации и национальным органом по стандартизации;
- познакомить с методами оценки результативности современных систем менеджмента;
- дать рекомендации по применению рыночных инструментов экологического регулирования с целью повышения эффективности и результативности производственной деятельности;
- сформировать практические навыки разработки, внедрения и оценки функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента в различных организациях.

Дисциплина **«Экологический менеджмент»** преподается в 7 семестре для очной и очно-заочной формы обучения. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**:

УК-1.3; УК-8.1; УК-8.2; УК-10.3; ПК-5.2; ПК-5.5

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации
		УК-8.2. Умеет поддерживать безопасные условия жизнедеятельности в мирное и военное время; выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.3 Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Тип задач профессиональной деятельности: Организационно-управленческий				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и	ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	ПК-5.2 Знает международные стандарты систем менеджмента ПК-5.5 Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей.	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников; Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- терминологию в области экологического менеджмента;
- принципы экологического нормирования в Российской Федерации;
- основы функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента.

Уметь:

- выявлять приоритетные экологические аспекты деятельности предприятия и воздействия на окружающую среду;
- формулировать экологическую политику и оценивать политики организаций различного профиля;
- формулировать цели и задачи предприятия в области повышения экологической результативности и энергоэффективности;
- анализировать показатели энерго- и ресурсоэффективности организации.

Владеть:

- основными приемами оценки внешней среды предприятия с экологических позиций;
- методами сравнительного анализа экологической результативности предприятий, их энерго- и ресурсоэффективности.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64	48
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,22	116	87
Контактная самостоятельная работа	3,22	0,4	0,3
Курсовая работа		35,8	26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		79,8	59,85
Вид контроля:	Зачет с оценкой		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	5	180	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,67	24	18
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,22	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	4,33	156	117
Контактная самостоятельная работа	4,33	0,4	0,3
Курсовая работа		35,8	26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		119,8	89,85
Вид контроля:	Зачет с оценкой		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Экологическое регулирование и нормирование	30	8	6	-	16
1.1	Система экологического регулирования в Российской Федерации.	10	2	2	-	6
1.2	Экологическое нормирование	10	2	2	-	6
1.3	Оценка воздействия на окружающую среду	10	4	2	-	4
2.	Раздел 2. Современные системы экологического менеджмента	74	16	18	-	40
2.1	Развитие экологического менеджмента в промышленности	8	2	2	-	4
2.2	Структура системы экологического менеджмента	14	4	4	-	6
2.3	Постановка целей и задач организации в области экологического менеджмента	18	4	6	-	8
2.4	Внедрение и функционирование программы экологического менеджмента	20	4	4	-	12
2.5	Экологический аудит	14	2	2	-	10
3.	Раздел 3. Современные методы менеджмента ресурсо- и энергоэффективности	40	8	8	-	24
3.1	Законодательство в сфере энергосбережения и повышения энергоэффективности	10	2	2	-	6
3.2	Структура системы энергетического менеджмента	12	2	2	-	8
3.3	Принципы наилучших доступных технологий	18	4	4	-	10
	Подготовка курсовой работы	36	-	-	-	36
	ИТОГО	180	32	32	-	116

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Экологическое регулирование и нормирование	30	2	2	-	28
2.	Раздел 2. Современные системы экологического менеджмента	74	10	4	-	58
3.	Раздел 3. Современные методы менеджмента ресурсо- и энергоэффективности	40	4	2	-	34
	Подготовка курсовой работы	36				36
	ИТОГО	180	16	8	-	156

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Экологическое регулирование и нормирование

1.1. Система экологического регулирования в Российской Федерации. Экологическая политика Российской Федерации. Основные элементы природоохранительного законодательства. Государственные природоохранительные органы. Система экологического регулирования в Российской Федерации. Экологический контроль. Экономический механизм природопользования. Принципы природоохранного управления на уровне хозяйствующих субъектов, отраслей, регионов, государства.

1.2. Экологическое нормирование

Нормативы качества окружающей среды и экологическое нормирование в России и странах-членах ЕС. Нормативы качества воздуха. Нормативы качества вод. Нормирование загрязнения производственных площадок. Принципы технологического нормирования.

1.3. Оценка воздействия на окружающую среду

Понятия и определения. Место и роль оценки воздействия в инвестиционной деятельности. Оценка воздействия на окружающую среду как процесс формализованного и систематического анализа и оценки экологических последствий намечаемой деятельности и учет результатов этого анализа в планировании, проектировании, утверждении и осуществлении данной деятельности. Основные характеристики процедуры оценки воздействия на окружающую среду.

Раздел 2. Современные системы экологического менеджмента

2.1. Развитие экологического менеджмента в промышленности

Развитие экологического менеджмента: международные аспекты. Мотивы развития подходов экологического менеджмента. Стандарты систем экологического менеджмента (ISO серии 14000) и их связь со стандартами менеджмента качества (ISO серии 9000), стандартами менеджмента безопасности (ISO серии 45000) и стандартами энергетического менеджмента (ISO серии 50000).

2.2. Структура системы экологического менеджмента

Цикл менеджмента. Понятия и определения систем экологического менеджмента. Система экологического менеджмента: основные принципы и компоненты в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 14001:2015. Экологическая политика организации.

2.3. Постановка целей и задач организации в области экологического менеджмента

Определение экологических аспектов деятельности организации и выявление значимых воздействий. Разработка программы экологического менеджмента. Показатели результативности: результативность деятельности, результативность менеджмента, состояние окружающей среды.

2.4. Внедрение и функционирование программы экологического менеджмента

Разработка программы. Определение ответственности, ресурсов, порядка выполнения мероприятий. Процедуры и их роль в системе экологического менеджмента. Мотивация и обучение персонала. Оценка систем экологического менеджмента руководством.

2.5. Экологический аудит

Экологический аудит как инструмент менеджмента. Основные понятия. Аудит соответствия требованиям законодательства. Аудит загрязненной производственной площадки. Аудит потенциальной ответственности. Внутренний экологический аудит. Сертификационный аудит.

Раздел 3. Современные методы менеджмента ресурсо- и энергоэффективности

3.1. Законодательство в сфере энергосбережения и повышения энергоэффективности

Развитие подходов повышения энерго- и ресурсоэффективности производства: международный и российский опыт. Законодательство Российской Федерации в сфере энергосбережения и повышения энергоэффективности. Региональный опыт повышения энергоэффективности экономики.

3.2. Структура системы энергетического менеджмента

Понятия и определения. Основные принципы и компоненты системы энергетического в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 50001:2011. Политика организации в области энергоэффективности.

3.3. Принципы наилучших доступных технологий

Понятие наилучшей доступной технологии (НДТ): особенности отражения в законодательстве РФ. Выявление НДТ. Бенчмаркинг. Система экологического менеджмента и система энергетического менеджмента как НДТ. Применение подходов НДТ для повышения экологической и энергетической эффективности экономики.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	
	Знать:				
1	– терминологию в области экологического менеджмента;	+			
2	– принципы экологического нормирования в Российской Федерации;	+			
3	– основы функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента.	+		+	
	Уметь:				
4	– выявлять приоритетные экологические аспекты деятельности предприятия и воздействия на окружающую среду;		+		
5	– формулировать экологическую политику и оценивать политики организаций различного профиля;		+		
6	– формулировать цели и задачи предприятия в области повышения экологической результативности и энергоэффективности;		+		
	– анализировать показатели энерго- и ресурсоэффективности организации		+		
	Владеть:				
7	– основными приемами оценки внешней среды предприятия с экологических позиций;		+		
8	– методами сравнительного анализа экологической результативности предприятий, их энерго- и ресурсоэффективности.		+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :					
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК			
9	– УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	– УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи;		+	+

10	– УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	– УК-8.1. Знает классификацию и источники чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; принципы организации безопасности труда на предприятии, технические средства защиты людей в условиях чрезвычайной ситуации	+		+
		– УК-8.2. Умеет поддерживать безопасные условия жизнедеятельности в мирное и военное время; выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности и принимать меры по ее предупреждению		+	
11	– УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	– УК-10.3 Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности		+	+
– В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	– Код и наименование ПК	– Код и наименование индикатора достижения ПК			
12	– ПК-5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.2 Знает международные стандарты систем менеджмента;	+		+
		– ПК-5.5 Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей.		+	

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1.	Система экологического управления: региональный и муниципальный аспекты. Обсуждение практических подходов.	2
2	1.2.	Сравнительный анализ нормативов качества окружающей среды. Разработка целевых показателей качества среды	2
3	1.3.	Определение целей и задач оценки воздействия (на примере проекта цементного завода)	1
4	1.3.	Учёт мнений заинтересованных сторон при принятии решений о размещении предприятий (на примерах, выбранных с обучающимися)	1
5	2.1.	Сравнительный анализ требований стандартов ISO серии 9000 (ISO 9001:2015) и ISO 14000 (ISO 14001:2015)	2
6	2.2.	Анализ доступности и полноты информации об экологической политике предприятий. Презентации студентов по теме «Анализ экологической политики выбранного предприятия»	4
7	2.3.	Выявление экологических аспектов и постановка экологических задач. Просмотр учебного фильма и обсуждение материала.	2
8	2.3.	Оценка экологической результативности по материалам открытой отчетности	2
10	2.3.	Обоснование показателей экологической результативности предприятия Презентации и защита студентами раздела курсовой работы	2
11	2.4.	Особенности внедрения и сертификации систем экологического менеджмента	1
12	2.4.	Оценка распространения систем экологического и энергетического менеджмента (отрасли определяются выбором обучающихся)	1
13	2.4.	Разработка процедуры экологического менеджмента для выбранного предприятия. Просмотр и обсуждение фильма Презентации и защита студентами раздела курсовой работы	1
14	2.5.	Возможности применения инструментов экологического аудита в образовательном учреждении	1
15	2.5.	Экологический аудит. Просмотр учебного фильма	1

		и обсуждение материала.	
16	2.5.	Аудит и оценка системы экологического менеджмента руководством	1
17	3.1.	Региональная программа повышения энергоэффективности экономики Презентации студентов	2
18	3.2.	Сравнительный анализ требований стандартов ISO серии 14000 (ISO 14001:2015) и ISO 50000 (ISO 50001:2011)	3
19	3.3.	Обсуждение требований к НДТ, установленных в отраслевых информационно-технических справочниках (по выбору обучающихся)	2
20	3.3.	Обсуждение примеров бенчмаркинга российских компаний	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	2.4.	Выявление экологических аспектов и постановка экологических задач.	2
2	2.4.	Постановка целей и задач. Разработка программ экологического менеджмента	1
3	2.4.	Разработка процедуры экологического менеджмента	1
4	3.3.	Обсуждение требований к НДТ, установленных в отраслевых информационно-технических справочниках	2

Практические занятия проводятся в нескольких формах: (1) в форме работы в группах с последующей презентацией и обсуждением результатов; (2) в форме просмотра учебного фильма и обсуждения представленного материала; (3) в форме презентаций материалов, подготовленных индивидуально и командами студентов самостоятельно и оппонирования силами других команд.

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала и подготовку к семинарским занятиям по разделам дисциплины;
- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, и работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- подготовку докладов по тематике дисциплины;
- подготовку курсовой работы по тематике курса (36 час.);
- посещение выставок, семинаров, конференций различного уровня.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

Выполнение курсовой работы

Основная цель выполнения курсовой работы – освоение на практике основных приемов разработки и оценки систем экологического менеджмента организаций. В связи с эти темы курсовых работ можно подразделить на три группы:

1. Анализ системы экологического менеджмента организации и разработка рекомендаций по ее совершенствованию. Обучающиеся сами выбирают организацию, исходя из доступности информации (открытая отчетность, опыт работы в организации и т.п.)

2. Разработка системы экологического менеджмента организации. Обучающиеся разрабатывают основные компоненты системы экологического менеджмента либо для модельной организации, либо для Института экономики и менеджмента, общежития РХТУ им. Д.И. Менделеева, любой организации, не имеющей системы экологической менеджмента, сведения о которой доступны (кафе, магазин, типография и пр.)

3. Анализ системы экологического регулирования в городе, районе, области и разработка рекомендаций по ее совершенствованию с учетом принципов систем экологического менеджмента.

Конкретную тему обучающиеся формулируют самостоятельно с учетом рекомендаций преподавателя. Ограничений по выбору организаций — как с точки зрения отрасли, так и с позиций принадлежности к той или иной стране — нет. Уточнение темы работы и определение ее границ осуществляется в ходе обсуждения исходных сведений об организации и интересов обучающиеся.

Таким образом, при выполнении курсовой работы по экологическому менеджменту обучающиеся самостоятельно выбирают объект исследования (организацию), анализируют или разрабатывают экологическую политику организации, выявляют приоритетные экологические аспекты и значимые воздействия, разрабатывают программу экологического менеджмента (с показателями результативности для оценки внедрения программы) и подготавливают процедуру системы экологического менеджмента.

Курсовая работа состоит из нескольких блоков, каждый из которых подлежит обсуждению с преподавателем и защите.

Основные блоки курсовой работы

1. Введение. Постановка цели курсовой работы
2. Краткие сведения о выбранной организации (реально существующей или модельной, характеристики которой придуманы обучающимися самостоятельно)
3. Экологическая политика (анализ политики или самостоятельно написанный с учетом международных требований документ)
4. Выявление и ранжирование по приоритетам экологических аспектов и воздействий на окружающую среду. Таблица аспектов и воздействий (не менее 3-5 позиций). Выбор 2-3 аспектов для постановки целей и задач
5. Постановка целей и задач экологического менеджмента. Выбор показателей результативности

6. Формирование программы экологического менеджмента. Цели, задачи, показатели результативности, действия (мероприятия), ресурсы, ответственности, сроки выполнения.

7. Процедура экологического менеджмента. Разработка процедуры, связанной с программой экологического менеджмента (в том числе, процедуры экологического аудита).

8. Выводы.

9. Литература (источники информации).

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за текущую работу: докладов по результатам выполнения домашних заданий (30 баллов), написание курсовой работы (20 баллов) и работу на семинарских занятиях (10 баллов), – и итоговый контроль в форме *зачета с оценкой*.

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы

Подготовка рефератов программой не предусмотрена.

8.2. Примеры домашних заданий к семинарским занятиям

Подготовьте презентацию в редакторе Power Point по теме «Отражение экологической политики на сайтах различных компаний», выбрав сайт произвольной компании.

Подберите по открытым отчетам в области устойчивого развития примеры отражения аспектов повышения экологической результативности и энергоэффективности в открытой отчетности.

8.3. Примерный перечень контрольных тем работ

Контрольные работы программой не предусмотрены.

8.4. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (7 семестр) – зачет с оценкой).

Раздел 1

1. Какие государственные органы Российской Федерации являются специально уполномоченными в сфере охраны окружающей среды и природных ресурсов?

2. Какие государственные органы Российской Федерации являются специально уполномоченными в сфере обеспечения промышленной безопасности и безопасности труда?

3. Каким образом организация может выявить, какие требования в области охраны окружающей среды распространяются на ее деятельность?

4. В чем состоит роль оценки воздействия на окружающую среду и каково ее место в планировании хозяйственной деятельности?

5. Каковы основные компоненты процедуры оценки воздействия на окружающую среду?

6. Как проводится учёт мнений заинтересованных сторон при принятии решений о размещении промышленных предприятий?

7. Каковы особенности российской системы нормирования в сфере охраны окружающей среды?

8. Как связано нормирование в сфере охраны окружающей среды и нормирование в области энергосбережения и повышения энергоэффективности?

Раздел 2

9. Появление подходов и развитие стандартов экологического менеджмента.
10. Переход от технических подходов к подходам в области менеджмента для снижения воздействия на окружающую среду.
11. Подходы «на конце трубы», их значение и место в системе экологического менеджмента.
12. Концепция более чистого производства и экологический менеджмент.
13. Принцип предотвращения загрязнения и его роль в экологическом менеджменте.
14. Бережливое производство, основные составляющие концепции и экологический менеджмент.
15. Комплексное предотвращение и контроль загрязнения и экологический менеджмент.
16. Основные принципы экологического менеджмента.
17. Принцип последовательного улучшения. Смысл и его роль в экологической деятельности компаний.
18. Схема внедрения СЭМ.
19. Стандартизация систем менеджмента: цикл Деминга.
20. Система экологического менеджмента: основные принципы и компоненты в соответствии с требованиями международного стандарта ISO 14000:2015.
21. Семейство стандартов 14000. Основные группы.
22. Стандарты ISO в области жизненного цикла.
23. Стандарты ISO в области экологической маркировки.
24. Связь стандартов систем экологического менеджмента (ISO серии 14000) со стандартами менеджмента качества (ISO серии 9000), стандартами менеджмента безопасности (OHSAS серии 18000) и стандартами энергетического менеджмента (ISO серии 50000).
25. Роль экологического менеджмента в деятельности компаний.
26. Являются ли внедрение и сертификация систем экологического менеджмента, соответствующих стандарту ISO 14001, обязательными в Российской Федерации?
27. Экологическая политика в контексте экологического менеджмента.
28. Требования к экологической политике, содержащиеся в международном стандарте ISO 14001.
29. Основные принципы и обязательства экологической политики.
30. Понятие экологического аспекта в контексте систем экологического менеджмента.
31. Значимость экологических аспектов. Подходы к определению.
32. Воздействие на окружающую среду в контексте систем экологического менеджмента.
33. Требования, условия, обстоятельства, которые следует учитывать при идентификации экологических аспектов.
34. Применимость стандарта ISO 14001:2015 к различным организациям/подразделениям организаций.
35. Аудит системы экологического менеджмента.
36. Распределение ответственности в области экологического менеджмента.
37. Основные проблемы внедрения систем экологического менеджмента в российских организациях.
38. Процедуры в системе экологического менеджмента. Основные составляющие. Примеры процедур.
39. Отличие регламента, процедуры и инструкции.
40. Разработка стандартов ISO серии 14000.

41. Процедура принятия в Российской Федерации стандартов в области систем экологического менеджмента.
42. Предмет сертификации в контексте систем экологического менеджмента.
43. Содержат ли стандарты ISO серии 14000 конкретные требования к выбросам и сбросам предприятия?
44. Допускают ли стандарты ISO серии 14000 интеграцию системы экологического менеджмента с системой менеджмента качества?
45. Допускают ли стандарты ISO серии 14000 интеграцию системы экологического менеджмента с системой менеджмента производственной безопасности и охраны труда?
46. Экологические цели и задачи. Примеры.
47. Основные характеристики экологических задач.
48. Показатели экологической результативности (эффективности): виды и их место в СЭМ.
49. Показатели состояния окружающей среды и их место в СЭМ. Примеры.
50. Показатели результативности менеджмента и их место в СЭМ. Примеры.
51. Показатели результативности деятельности и их место в СЭМ. Примеры.
52. Оценка экологической эффективности и экологический аудит: ключевые аспекты и различия этих инструментов.
53. Разработка программы экологического менеджмента. Определение ответственности, ресурсов, порядка выполнения мероприятий.
54. Процедуры и их роль в системе экологического менеджмента.
55. Регламент, процедура, инструкция.
56. Подготовка к нештатным ситуациям.
57. Структура процедуры в системе экологического менеджмента.
58. Роли, ответственность и лидерство в СЭМ.
59. Мотивация и обучение персонала в СЭМ
60. Оценка руководством и последовательное улучшение систем экологического менеджмента.
61. Экологический аудит как инструмент менеджмента. Основные понятия.
62. Аудит системы экологического менеджмента.
63. Аудит соответствия требованиям законодательства.
64. Аудит загрязненной производственной площадки.
65. Аудит потенциальной ответственности.
66. Внутренний экологический аудит и сертификационный аудит.
67. Стандарт ISO 19011. Руководящие указания по аудиту систем менеджмента.
68. Требования к аудиторам.

Раздел 3

69. Требования к внедрению наилучших доступных технологий, установленные в Российской Федерации
70. Виды хозяйственной деятельности, отнесенные к областям применения наилучших доступных технологий в России. Примеры.
71. Законодательство Российской Федерации в сфере энергосбережения и повышения энергоэффективности.
72. Законодательные основы внедрения наилучших доступных технологий в России.
73. Принципы отнесения хозяйственной деятельности к областям применения наилучших доступных технологий в России. Примеры объектов первой категории по негативному воздействию на окружающую среду.
74. Системы экологического менеджмента и наилучшие доступные технологии.
75. Системы энергетического менеджмента и наилучшие доступные технологии.

76. Основные задачи бенчмаркинга в контексте определения наилучших доступных технологий.

77. Документы, устанавливавшие отраслевые требования к наилучшим доступным технологиям. Их структура, содержание и роль в переходе на НДТ.

78. Связь внедрения наилучших доступных технологий и повышения ресурсоэффективности производства.

8.5. Структура и пример билетов для зачета с оценкой (7 семестр)

По дисциплине «*Экологический менеджмент*» зачет с оценкой проводится в 7 семестре и включает контрольные вопросы по всем разделам рабочей программы дисциплины. Билет для *зачета с оценкой* состоит из 2 вопросов, относящихся к разным разделам дисциплины.

Пример билета для *зачета с оценкой*:

«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) _____ <u>Д.С. Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2023 г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент
	Профили – «Менеджмент организации»
Экологический менеджмент	
Билет № 1 - История развития экологического менеджмента в промышленности. Основные этапы (<i>Максимальное количество баллов – 20</i>). - Идентификация экологических аспектов предприятия (<i>Максимальное количество баллов – 20</i>).	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Гусева Т. В., Молчанова Я. П. Экологический менеджмент. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2016. – 120 с.
2. *Притужалова, О. А.* Экологический менеджмент и аудит : учебное пособие для вузов / О. А. Притужалова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 244 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08267-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494306>
3. *Масленникова, И. С.* Экологический менеджмент и аудит : учебник и практикум для вузов / И. С. Масленникова, Л. М. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 311 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14568-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489523>

Б. Дополнительная литература

1. Дайман С.Ю., Гусева Т.В., Заика Е.А. Системы экологического менеджмента. Практический курс. Учебное пособие (допущено УМО по менеджменту и УМО ООС). М.: Форум, 2010. 336 с.
2. Национальный стандарт ГОСТ Р ИСО 14001-2016. Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению. М.: Стандартиформ, 2016.
3. Национальный стандарт ГОСТ Р ИСО 50001-2012. Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению. М.: Стандартиформ, 2012.
4. Скобелев Д. О. и др. Сравнительный анализ процедур разработки, пересмотра и актуализации справочников по наилучшим доступным технологиям в Европейском союзе и Российской Федерации / под ред. Д. О. Скобелева. М.: Издательство «Перо», 2018. 114 с. http://eipc.center/wp-content/themes/fgau/publics/kniga_rus.pdf
5. Наилучшие доступные технологии. Предотвращение и контроль промышленного загрязнения. Этап 2: Подходы к определению наилучших доступных технологий (НДТ) в странах мира. / Управление по окружающей среде, здоровью и безопасности Дирекции по окружающей среде ОЭСР. Пер. с англ. Москва, 2018. 156 с. <http://eipc.center/wp-content/themes/fgau/publics/bat-actuality-rus.pdf>
6. Наилучшие доступные технологии. Предотвращение и контроль промышленного загрязнения. Этап 3: Оценка действенности политик в сфере НДТ. / Управление по окружающей среде, здоровью и безопасности Дирекции по окружающей среде ОЭСР. Пер. с англ. Москва, 2019. 164 с. <https://eipc.center/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/>
7. Скобелев Д. О., Степанова М. В. Энергетический менеджмент: прочтение 2020. Руководство по управлению энергопотреблением для промышленных предприятий. М.: Изд-во «Колорит», 2020. 92 с. <https://eipc.center/lib/>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Журналы:

- [Международный деловой журнал «Устойчивый бизнес»](http://www.b-soc.ru/) Электронный ресурс: <http://www.b-soc.ru/>

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- www.ecoline.ru/ – сайт, на котором в открытом доступе размещены учебные пособия и статьи по тематике экологического менеджмента, оценки воздействия на окружающую среду, наилучших доступных технологий и пр.

- - www.burondt.ru – официальный сайт Бюро наилучших доступных технологий, на котором в открытом доступе размещены информационно-технические справочники по наилучшим доступным технологиям и нормативные документы.

www.bsi-russia.ru/ - сайт отделения Британского института стандартов в России, на котором размещена информация о стандартах в области систем менеджмента качества, систем экологического менеджмента, систем энергоменеджмента.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- слайды в редакторе Power Point, подготовленные для каждого лекционного занятия;
- обучающие фильмы по дисциплине;
- открытые отчеты компаний в области устойчивого развития;
- банк вопросов для текущего контроля (общее число вопросов 70).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «*Антикризисное управление*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами

демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.VY3	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Экологическое регулирование и нормирование	<i>Знает:</i> – терминологию в области экологического менеджмента; – принципы экологического нормирования в Российской Федерации; – основы функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента.	Оценка работы на семинарских занятиях, ответы на устные вопросы
Раздел 2. Современные системы экологического менеджмента	<i>Умеет:</i> – выявлять приоритетные экологические аспекты деятельности предприятия и воздействия на окружающую среду; – формулировать экологическую политику и оценивать политики организаций различного профиля; – формулировать цели и задачи предприятия в области повышения экологической результативности и энергоэффективности; – анализировать показатели энерго- и ресурсоэффективности организации. <i>Владеет:</i> – основными приемами оценки внешней среды предприятия с экологических позиций; – методами сравнительного анализа экологической результативности предприятий, их энерго- и ресурсоэффективности.	Подготовлен, представлен и обсужден доклад Оценка презентации Работа на семинарских занятиях, контроль ответов по фильмам

Раздел 3. Современные методы менеджмента ресурсо- и энергоэффективности	<i>Знает:</i> – основы функционирования систем экологического менеджмента и связанных с ними систем энергетического менеджмента <i>Владеет:</i> – методами сравнительного анализа экологической результативности предприятий, их энерго- и ресурсоэффективности.	Подготовлен, представлен и обсужден доклад Работа на семинарских занятиях

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащённости образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
 к рабочей программе дисциплины **«Экологический менеджмент»**
 основной образовательной программы
38.03.02 «Менеджмент»
 профиль **«Маркетинг и рыночная аналитика»**
 Форма обучения: очная, очно-заочная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Экономика предприятия»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом технических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Т.Н. Шушуновой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение одного семестра.

Дисциплина «**Экономика предприятия**» относится к вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и менеджмента.

Цель дисциплины – дать обучающимся знания в области развития форм и методов экономического управления предприятием в условиях рыночной экономики с учетом передового отечественного и зарубежного опыта, а также приобретение навыков самостоятельного инициативного и творческого использования теоретических знаний в практической деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучить функции и цели предприятия как первичного звена национальной экономики;
- научить обучающихся формировать полную и достоверную информацию об экономических процессах и финансовых результатах деятельности организации;
- дать практические навыки определения экономических показателей и экономической эффективности деятельности организации.

Дисциплина «**Экономика предприятия**» преподается в 3 (очная форма обучения) и 5 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3; ОПК-5.2; ПК-4.7

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Индикаторы
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
		УК-10.2. Умеет использовать экономические знания в различных сферах деятельности, анализировать и обобщать экономическую информацию для принятия обоснованных управленческих решений
		УК-10.3. Владеет навыками использования методов экономического и финансового планирования для достижения финансовых целей, а также инструментами управления личными финансами и финансовыми рисками

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ОПК-5.2. Умеет осуществлять обоснованный выбор методов моделирования бизнес-процессов

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (профессиональный стандарт, анализ опыта) Обобщенные трудовые функции
Организационно-управленческий тип задач профессиональной деятельности				
Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ; Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.

Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей; Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).	информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)			

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие экономическую деятельность предприятия;
- экономический механизм и экономические показатели деятельности предприятия;
- основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия.

Уметь:

- принимать экономически обоснованные управленческие решения;
- реально оценивать производственные возможности предприятия и организовать эффективную его деятельность;
- выполнять расчёты экономических показателей деятельности предприятия;
- определять экономическую эффективность от внедрения организационно-экономических мероприятий.

Владеть:

- навыками системного подхода к изучению проблем функционирования и развития предприятий и организаций;
- аналитическими приемами расчета эффективности систем управления сферами деятельности предприятия;
- основами планирования и прогнозирования развития предприятия и организации и его отдельных функций.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64	48
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,22	44	33
Контактная самостоятельная работа	1,22	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		43,8	32,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,90	32	24
Лекции	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,10	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,10	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		75,8	56,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Предприятие в системе рыночных отношений.	36	12	12	-	12
2.	1.1. Предприятие как основное звено рыночной экономики.	12	4	2	-	4
3.	1.2. Внешняя и внутренняя среда организации.	12	4	2	-	4
4.	1.3. Управление предприятием: организационная структура и механизм управления.	12	4	2	-	4
5.	Раздел 2. Производственные ресурсы предприятия и эффективность их использования	36	12	12	-	12
6.	2.1. Основные и оборотные средства предприятия.	12	4	4	-	4
7.	2.2. Трудовые ресурсы предприятия	24	8	8	-	8
8.	Раздел 3. Основные показатели конечных результатов деятельности. Основные факторы развития предприятия.	36	8	8	-	20
9.	3.1. Издержки производства и себестоимость продукции	18	4	4	-	10
10.	3.2. Особенности и перспективы российского менеджмента	18	4	4	-	10
	ИТОГО	108	32	32	-	44

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Предприятие в системе рыночных отношений.	36	6	6	-	24
2.	1.1. Предприятие как основное звено рыночной экономики.	12	2	2	-	8
3.	1.2. Внешняя и внутренняя среда организации.	12	2	2	-	8
4.	1.3. Управление предприятием: организационная структура и механизм управления.	12	2	2	-	8
5.	Раздел 2. Производственные ресурсы предприятия и эффективность их использования	36	6	6	-	24
6.	2.1. Основные и оборотные средства предприятия.	12	2	2	-	8
7.	2.2. Трудовые ресурсы предприятия	24	4	4	-	16
8.	Раздел 3. Основные показатели конечных результатов деятельности. Основные факторы развития предприятия.	36	4	4	-	28
9.	3.1. Издержки производства и себестоимость продукции	18	2	2	-	14
10.	3.2. Особенности и перспективы российского менеджмента	18	2	2	-	14
	ИТОГО	108	16	16	-	76

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Предприятие в системе рыночных отношений.

1.1. Предприятие как основное звено рыночной экономики. Предприятие как субъект и объект предпринимательской деятельности; нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия. Типы предприятий. Основные виды организационно-правовых форм предприятий в РФ, порядок создания и особенности функционирования, преимущества и недостатки. Понятие малого предприятия и особенности функционирования. Роль малого предпринимательства в развитии рынка.

1.2. Внешняя и внутренняя среда организации. Среда функционирования предприятия: внешняя и внутренняя. Производственная структура предприятия, его инфраструктура.

1.3. Управление предприятием: организационная структура и механизм управления. Организационные структуры управления на предприятии: линейная, линейно-функциональная, штабная, дивизиональная, матричная. Организация производства: производственный процесс и принципы его организации, типы, формы и методы организации производства.

Раздел 2. Производственные ресурсы предприятия и эффективность их использования

2.1. Основные и оборотные средства предприятия. Основные средства предприятия. Понятие, состав и структура основных фондов. Виды стоимости основных фондов. Необходимость переоценки фондов в современных условиях. Понятие и виды износа. Экономический смысл амортизации. Нормы амортизации для различных видов основных фондов. Показатели эффективности использования основных фондов. Показатели движения основных фондов. Воспроизводство и модернизация фондов. Основные пути повышения эффективности использования фондов на предприятии. Показатели обеспеченности предприятия основными фондами. Производственная мощность предприятия и резервы ее использования.

Материальные средства предприятия. Оборотные средства, их состав, классификация. Оборачиваемость оборотных средств. Основы нормирования оборотных средств. Абсолютное и относительное высвобождение оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств и основные пути ускорения их оборачиваемости.

2.2. Трудовые ресурсы предприятия. Рынок труда. Трудовые ресурсы: их состав, управление. Состав и структура кадров предприятия. Управленческий персонал. Подготовка и повышение квалификации кадров. Проблема занятости и основные направления рынка труда в РФ. Производительность труда как показатель эффективности использования трудовых ресурсов. Основные пути повышения производительности труда. Организация, нормирование и оплата труда. Система оплаты труда работников в современных условиях.

Раздел 3. Основные показатели конечных результатов деятельности. Основные факторы развития предприятия.

3.1. Издержки производства и себестоимость продукции. Понятие издержек, их виды и взаимосвязь. Сущность себестоимости продукции и ее экономическое значение. Классификация затрат, образующих себестоимость. Условно-постоянные и переменные затраты (издержки). Смета и калькуляции затрат. Основные пути снижения издержек. Цена продукции и ее влияние на формирование финансового результата предприятия. Виды цен и основные факторы, влияющие на уровень цен. Оптовая, отпускная, оптово-рыночная и розничная цена организации. Ценовая политика на различных рынках. Методы ценообразования.

3.2. Показатели эффективности хозяйственной деятельности предприятия. Показатели экономической эффективности деятельности предприятия. Факторы развития предприятия:

экстенсивные и интенсивные. Обобщающие и частные показатели эффективности производства. Прибыль предприятия как конечный результат хозяйственной деятельности предприятия. Виды прибыли на предприятии и методика их определения. Распределение чистой прибыли. Понятие и экономический смысл рентабельности. Виды рентабельности и их расчет.

Финансовые ресурсы предприятия. Финансовые ресурсы предприятия: собственные и заемные. Доходы и расходы предприятия. Учет и отчетность. Аналитическая деятельность на предприятии. Финансовая отчетность предприятия: бухгалтерский баланс, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, отчет об изменении капитала, приложение к балансу. Структура и состояние бухгалтерского баланса. Методы экономического анализа. Анализ доходов и расходов. Понятие и методика оценки финансовой устойчивости организации. Анализ ликвидности баланса. Оценка степени платежеспособности организации. Показатели финансового состояния предприятия и их критерии. Анализ деловой активности.

Качество и конкурентоспособность продукции. Продукция предприятия (виды, ассортимент и номенклатура), ее конкурентоспособность. Качество продукции. Понятие и показатели качества продукции. Управление качеством продукции и пути его повышения. Стандартизация и сертификация продукции. Стандарты и системы качества. Понятие конкурентоспособности продукции и направления ее повышения.

Инновационная и инвестиционная деятельность предприятия. Понятие инвестиций, их виды и значение для экономического развития предприятия. Понятие нового строительства, капитального строительства, расширения, реконструкции и технического перевооружения предприятия. Основные показатели эффективности инвестиционных проектов (коэффициент окупаемости капитальных вложений, срок окупаемости, коэффициент прибыльности). Особенности оценки эффективности проектов с учетом факторов риска. Источники инвестирования. Особенности привлечения дополнительных источников финансирования. Сущность и виды инноваций, модели инновационного процесса. Условия и факторы осуществления инноваций. Подготовка нового производства. Виды деятельности предприятия.

Планирование на предприятии. Производственное планирование на предприятии: стратегическое, текущее, оперативное. Принципы планирования в условиях рыночной экономики. Производственное планирование и бизнес-план предприятия. Задачи и структура бизнес-плана. Основные разделы бизнес-плана.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЙ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	
	Знать:				
1	– законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие экономическую деятельность предприятия;	+			
2	– экономический механизм и экономические показатели деятельности предприятия;		+		
3	– основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики;	+		+	
4	– пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия.		+	+	
	Уметь:				
5	– принимать экономически обоснованные управленческие решения;		+	+	
6	– реально оценивать производственные возможности предприятия и организовать эффективную его деятельность;	+		+	
7	– выполнять расчёты экономических показателей деятельности предприятия;		+	+	
8	– определять экономическую эффективность от внедрения организационно-экономических мероприятий.	+	+	+	
	Владеть:				
9	– навыками системного подхода к изучению проблем функционирования и развития предприятий и организаций;	+		+	
10	– аналитическими приемами расчета эффективности систем управления сферами деятельности предприятия;		+	+	
11	– основами планирования и прогнозирования развития предприятия и организации и его отдельных функций.		+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения</u> :					
12	– УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	– УК-10.1. Знает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике;		+	+
		– УК-10.2. Умеет использовать экономические знания в различных сферах деятельности, анализировать и обобщать экономическую	+	+	+

		информацию для принятия обоснованных управленческих решений;			
		– УК-10.3. Владеет навыками использования методов экономического и финансового планирования для достижения финансовых целей, а также инструментами управления личными финансами и финансовыми рисками.		+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные</u> компетенции и индикаторы их достижения:					
	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК			
13	– ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	– ОПК-5.2. Умеет осуществлять обоснованный выбор методов моделирования бизнес-процессов	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>профессиональные</u> компетенции и индикаторы их достижения:					
14	– ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса	– ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Организация, нормирование и оплата труда на предприятии	2
2	1	Расчет себестоимости и сметы затрат на производство	2
3	1	Определение предельных издержек производства	2
4	2	Оценка финансовых ресурсов предприятия	4
5	2	Оценка доходов и расходов предприятия	8
6	3	Расчет прибыли предприятия. Оценка источников формирования и направления использования прибыли	4
7	3	Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия и состояния баланса.	4

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Организация, нормирование и оплата труда на предприятии	2
2	1	Расчет себестоимости и сметы затрат на производство	2
3	1	Определение предельных издержек производства	2
4	2	Оценка финансовых ресурсов предприятия	2
5	2	Оценка доходов и расходов предприятия	4
6	3	Расчет прибыли предприятия. Оценка источников формирования и направления использования прибыли	2
7	3	Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия и состояния баланса.	2

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;
- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 60 баллов), практических работ (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 20 баллов за каждую.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 1.1.

1. Производственное предприятие и его характеристика как основного звена экономики.
2. Механизм функционирования предприятия в конкурентной среде.
3. Что представляет собой предприятие?
4. Что относится к целям предприятия?
5. Развитие предпринимательства в РФ (регионах), его сферы и формы.
6. Классификация предприятий как юридических лиц. Создание и регистрация предприятий.
7. По каким признакам можно классифицировать предприятие? Что характеризует организационная форма предприятия? Что подразумевает правовая форма предприятия?
8. Законодательные основы создания и особенности функционирования различных организационно-правовых форм хозяйствования.
9. Механизм функционирования организационно-экономических форм предпринимательства (на примере одной из форм).
10. Почему предприятие является первичным, главным и самостоятельным элементом экономической системы?
11. Назовите этапы создания предприятия.
12. Назовите учредительные документы коммерческих организаций.
13. Раскройте сущность уставного фонда предприятия.
14. Какова минимальная величина уставного фонда коммерческая организаций на момент регистрации?
15. Понятие и состав производственной структуры предприятия.
16. Принципы и факторы построения производственных и организационных структур предприятий.
17. Раскройте сущность основных фондов, укажите их отличие от оборотных фондов и фондов обращения.
18. Укажите признаки классификации основных фондов.
19. Назовите методы оценки основных фондов.

20. Раскройте структуру основных фондов.
21. Раскройте сущность амортизации основных фондов. Покажите, как соотносятся понятия «износ» и «амортизация» основных фондов.
22. Назовите методы начисления амортизации.
23. Раскройте особенности применения ускоренной амортизации.
24. Раскройте сущность обновления основных фондов.
25. Назовите показатели эффективности использования основных фондов и дайте методику их расчета.

Вопрос 1.2.

1. Назовите пути повышения эффективности использования основных фондов.
2. Назовите показатели, характеризующие движение основных фондов, и дайте методику их расчета.
3. Как оцениваются и учитываются основные фонды?
4. Какие факторы определяют износ основных фондов?
5. Основной капитал предприятия и его оценка.
6. Амортизационная политика и ее влияние на обновление основных средств.
7. Проблемы и направления повышения эффективности использования основных средств предприятия.
8. Формы расширенного воспроизводства основных средств.
9. Оборотные средства и их роль в обеспечении производственного процесса на предприятии.
10. Методы определения потребности предприятия в оборотных средствах.
11. Роль оптимизации состава и структуры оборотных средств для экономики предприятия.
12. Проблемы и пути ускорения оборачиваемости оборотных средств предприятия.
13. Управление оборотными средствами предприятия.
14. Назовите методы начисления амортизации.
15. Раскройте сущность оборотных средств и укажите их основные отличия от основных фондов.
16. Каковы назначение, состав и структура оборотных средств?
17. Укажите основные критерии разделения оборотных средств на оборотные производственные фонды и фонды обращения.
18. Назовите основные стадии кругооборота оборотных средств.
19. Охарактеризуйте преимущества и недостатки основных методов определения потребности в оборотных средствах.
20. Дайте определение понятия нормы и норматива оборотных средств. В чем их различия?
21. Назовите основные элементы норматива оборотных средств и дайте методику их расчета.
22. Какими показателями можно оценить эффективность использования оборотных средств предприятия?
23. Назовите основные пути ускорения оборачиваемости оборотных средств на различных стадиях обращения.
24. Назовите основные пути и резервы экономии оборотных средств в промышленности.
25. В чем сущность кадрового потенциала и каково его отличие от трудовых ресурсов?

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 2.1.

1. Предпринимательский риск, методы его определения и пути снижения.
2. Пути повышения экономической устойчивости предпринимательских структур.
3. Производственная структура предприятия и направления ее совершенствования.
4. Методы организации производственного процесса на предприятии, возможности применения зарубежного опыта.
5. Проблемы определения и измерения производственной мощности предприятия в условиях рыночной экономики.
6. Организационные структуры управления предприятием и их развитие.
7. Производственный цикл, экономическое значение совершенствования его структуры.
8. Типы производства и их взаимосвязь с себестоимостью продукции.
9. Инфраструктура предприятия и проблемы ее рационального формирования.
10. Основное производство предприятия и его характеристика.
11. Вспомогательное производство предприятия и его характеристика.
12. Материально-техническое обеспечение предприятия и система сбыта продукции.
13. Укажите структуру баланса производственной мощности.
14. Производственная инфраструктура предприятия и тенденции ее развития.
15. Формирование уставного капитала и имущества предприятия.
16. Трудовые ресурсы предприятия и обоснованность планирования их численности.
17. Основы организации оплаты труда на предприятии и их развитие в рыночной среде.
18. Что включает в себя организация труда и управление трудовым коллективом предприятия?
19. Перечислите основные методы планирования заработной платы.
20. Укажите основные резервы и пути повышения производительности труда.
21. Раскройте сущность методов расчета численности персонала.
22. От чего зависит численность трудовых ресурсов страны (регион предприятия)?
23. Какими показателями характеризуется качественный и количественный состав трудовых ресурсов?
24. Нормирование труда на предприятии.
25. Назовите факторы формирования заработной платы.

Вопрос 2.2.

1. Назовите основные принципы оплаты труда.
2. Расскажите об основных системах сдельной и повременной оплаты труда.
3. Формы и системы оплаты труда и особенности их применения.
4. Зарубежный опыт оплаты труда и возможности его применения в РФ.
5. Мотивация и нормирование труда на предприятии.
6. Влияние научно-технического прогресса на увеличение прибыли и повышение уровня рентабельности производства.
7. Формирование оптимального объема выпуска продукции и его значение для экономики предприятия.

8. Производственная программа и ее место в системе планирования на предприятии.
9. Производственная мощность и ее значение в эффективном функционировании предприятия.
10. Издержки производства и их место в системе управления предприятием.
11. Формирование сметы затрат на производство.
12. Калькулирование себестоимости продукции.
13. Факторы и резервы снижения затрат на производство.
14. Экономическая сущность специализации и кооперирования производства, особенности и перспективы их развития.
15. Себестоимость, прибыль, рентабельность в системе качественных показателей эффективности деятельности предприятий.
16. Зарубежный опыт определения издержек производства и возможности его применения на отечественных предприятиях.
17. Методы ценообразования при различных моделях рынка.
18. Теория и практика обоснования рыночных цен.
19. Ценовая политика предприятия, ее цели, задачи и механизм разработки.
20. Инновационная политика предприятия и ее особенности в условиях рынка.
21. Управление инновациями на предприятии, проблемы и пути решения.
22. Инновационная политика предприятия и роль государственного регулирования инвестиционной деятельности в РФ.
23. Управление инновациями на предприятии, проблемы и пути решения.
24. Подготовка нового производства, его экономическая эффективность.
25. Виды деятельности предприятия и их характеристика.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 3.1.

1. Производственное планирование на предприятии.
2. Бизнес-план и его роль в планировании предпринимательской деятельности.
3. Оценка эффективности хозяйственной деятельности предприятия.
4. Оценка состояния баланса предприятия.
5. Управление формированием прибыли предприятия.
6. Оценка платежеспособности и ликвидности предприятия.
7. В каких случаях применяется контрактная система оплаты труда?
8. Расскажите о структуре бизнес-плана. Раскройте содержание разделов бизнес-плана.
9. Назовите цели и задачи планирования производственной программы.
10. Назовите этапы процесса планирования производственной программы.
11. Назовите основные показатели, по которым анализируется выполнение производственной программы.
12. Раскройте содержание анализа портфеля заказов.
13. Раскройте суть методики расчета производственной мощности предприятия.
14. Как осуществляется планирование выпуска продукции?
15. На основе каких показателей осуществляется оценка эффективности производственной программы?
16. Из каких разделов состоит план производства и реализации продукции?
17. В чем отличие затрат, издержек и себестоимости продукции?
18. Назовите признаки классификации издержек производства и реализации продукции.
19. Основные и накладные затраты.

20. Приведите группировку затрат по экономическим элементам и объясните её назначение.
21. Приведите группировку затрат по статьям калькуляции.
22. Приведите состав затрат, включаемых в себестоимость продукции.
23. Назовите методы определения себестоимости продукции.
24. Назовите факторы снижения себестоимости продукции.
25. Классификация продукции по степени готовности.

Вопрос 3.2.

1. Система управления затратами «стандарт - костс». Учет и анализ изменения норм и отклонений от норм.
2. Система управления затратами «директ - костинг». Содержание системы, цели и задачи.
3. Аналитический и графический методы определения безубыточного объема продаж и зоны безопасности работы предприятия.
4. Сущность и содержание ценовой политики предприятия.
5. Понятие и виды цен. Методы расчета цены.
6. Что побуждает производителя поднимать цены?
7. В чем различие между понятиями «прибыль» и «доход» предприятия?
8. Охарактеризуйте прибыль как экономическую категорию.
9. Какие функции выполняет прибыль?
10. Как формируется прибыль предприятия?
11. Какие налоги уплачивает предприятие из прибыли?
12. Как определяется величина чистой прибыли предприятия?
13. Для каких целей на предприятии рассчитываются показатели рентабельности?
14. Назовите основные направления повышения прибыли и рентабельности.
15. Сущность и функции финансов предприятия.
16. Денежные фонды и резервы предприятий.
17. Финансовый механизм предприятия.
18. Раскройте суть экономической эффективности производства.
19. Дайте определение абсолютной эффективности капитальных вложений.
20. Раскройте суть показателей сравнительной эффективности капитальных вложений.
21. Сущность и критерии финансового состояния предприятия.
22. Показатели, характеризующие финансовое состояние предприятия.
23. Классификация налогов предприятия и их функции.
24. Сущность бизнес-планирования, его цели и организация. Характеристика основных разделов бизнес-плана.
25. Сущность и виды инвестиций предприятия.

Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (4 семестр – зачет (очная форма), 5 семестр – зачет (очно-заочная форма)).

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации) [Электронный ресурс]: учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 208. — 372 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93428>.
2. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия: учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10521-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/430711>
3. Плакатин, П. А. Экономика и организация производства [Текст]: учебное пособие / П.А Плакатин. - М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2020. - 91 с.

Б. Дополнительная литература

1. Гарнов, А. П. Экономика предприятия: учебник для бакалавров / А. П. Гарнов, Е. А. Хлевная, А. В. Мыльник. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 303 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3468-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426184>
2. Ключкова, Е. Н. Экономика предприятия: учебник для прикладного бакалавриата / Е. Н. Ключкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова; под редакцией Е. Н. Ключковой. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 447 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-06001-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432139>
3. Экономика предприятия: учебник. Практикум / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов. - 7-е изд., перераб. и доп. — М.: КУРС: ИНФРА-М, 2017. — 448 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. ISSN: 2312-5330.
- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736.
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627.
- Журнал «Проблемы современной экономики». <http://www.m-economy.ru/>
- Журнал «Корпоративные финансы» ISSN: 2073-0438.
- Журнал «Инновации и инвестиции» ISSN: 2307-180X.
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.economy.gov.ru/minec/main> Министерство экономического развития Российской Федерации;
- www.cbr.ru Сайт Центрального Банка РФ;
- <http://www.rbc.ru/> РосБизнесКонсалтинг;
- <http://www.imf.org/external/russian/> Сайт Международного валютного фонда;
- <http://www.gks.ru/> Сайт Федеральной службы государственной статистики;
- <http://www.banki.ru/> Крупнейший финансовый портал Рунета;
- <http://www.finam.ru/> Сайт инвестиционной компании «Финам»;

- <http://moex.com/> Сайт Московской биржи;
- <https://muctr.ru> Сайт РХТУ им. Д.И. Менделеева.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 148);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 200);

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-

программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGet Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook	Контракт №175-262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки

Раздел 1. Предприятие в системе рыночных отношений	<i>Знает:</i> – законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия; – основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики; <i>Умеет:</i> – реально оценивать производственные возможности предприятия и организовать эффективную его деятельность; <i>Владеет:</i> – навыками системного подхода к изучению проблем функционирования и развития предприятий и организаций	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 1.
Раздел 2. Производственные ресурсы предприятия и эффективность их использования.	<i>Знает:</i> – экономический механизм и экономические показатели деятельности предприятия; – пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия. <i>Умеет:</i> – принимать экономически обоснованные управленческие решения; – выполнять расчёты экономических показателей деятельности предприятия; – определять экономическую эффективность от внедрения организационно-экономических мероприятий. <i>Владеет:</i> – аналитическими приемами расчета эффективности систем управления сферами деятельности предприятия; – основами планирования и прогнозирования развития предприятия и организации и его отдельных функций.	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 2.

Раздел 3. Основные показатели конечных результатов деятельности. Основные факторы развития предприятия.	<i>Знает:</i> – основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики; – пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия. <i>Умеет:</i> – принимать экономически обоснованные управленческие решения; – реально оценивать производственные возможности предприятия и организовать эффективную его деятельность; – выполнять расчёты экономических показателей деятельности предприятия; – определять экономическую эффективность от внедрения организационно-экономических мероприятий. <i>Владеет:</i> – навыками системного подхода к изучению проблем функционирования и развития предприятий и организаций; – аналитическими приемами расчета эффективности систем управления сферами деятельности предприятия; – основами планирования и прогнозирования развития предприятия и организации и его отдельных функций.	Оценка за работу на практических занятиях Оценка за контрольную работу № 3.

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Экономика предприятия»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский химико-технологический университет
имени Д.И. Менделеева»**

«УТВЕРЖДЕНО»

на заседании Ученого совета
протокол № 1 от «29» августа 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Экономическая теория и институциональная экономика»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг и рыночная аналитика»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Москва 2024

Программа составлена: кандидатом технических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Т.Н. Шушуновой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «04» июня 2024 г., протокол № 11

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент** (ФГОС ВО), рекомендациями Методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой **менеджмента и маркетинга** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение двух семестров.

Дисциплина **«Экономическая теория и институциональная экономика»** относится к вариативной части учебного плана, дисциплина по выбору. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и маркетинга.

Цель дисциплины – обеспечить теоретическую базу профессиональной подготовки бакалавра в области экономических наук на основе изучения основных понятий и концепций экономической теории и институциональной экономики, текущих тенденций развития экономического анализа.

Задачи дисциплины:

- теоретическое освоение классических и новейших экономических концепций и моделей;
- приобретение практических навыков исследования экономических процессов;
- понимание экономических проблем России;
- получение более полных представлений об истории хозяйственной деятельности и развитии экономической мысли;
- выработка навыков применения получаемых знаний в области экономической теории, институциональной экономики, экономической истории и истории экономической мысли в практике самостоятельных научных изысканий и исследований.

Дисциплина **«Экономика предприятия»** преподается в 1,2 (очная форма обучения) и 2,3 (очно-заочная форма обучения) семестрах. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретение следующих **компетенций и индикаторов их достижения**: ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1. Знает основы экономической, организационной и управленческой теории
	ОПК-1.2. Умеет разбираться в особенностях элементов рыночного механизма и их взаимодействия
	ОПК-1.3. Владеет навыками решения профессиональных задач, опираясь на целостное представление об основах экономического развития страны

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные понятия и концепции экономической теории и институциональной экономики;
- основные теоретические разработки по формированию моделей национального экономического развития в контексте международной экономической интеграции государств мирового сообщества;
- основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;
- основные тенденции развития ведущих экономически развитых государств и основных групп развивающихся стран.

Уметь:

- проводить анализ рынка, используя экономические модели;
- использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;
- уметь применять на практике полученные знания при анализе формальных и качественных экономических моделей;
- выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;
- использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач.

Владеть:

- методами работы с научно-технической, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по экономической теории и институциональной экономике;
- методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и институциональной экономики;
- навыками разработки новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области экономической теории и институциональной экономики.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего		Семестр			
			1 семестр		2 семестр	
	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	9	324	4	144	5	180
Контактная работа – аудиторные занятия:	2,67	96	1,33	48	1,33	48
Лекции	1,78	64	0,89	32	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	0,44	16	0,44	16
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	4,33	156	1,67	60	2,67	96
Контактная самостоятельная работа	4,33		1,67		2,67	96
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		156		60		
Виды контроля:						
Экзамен	2	72	1	36	1	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	2	0,8	1	0,4	1	0,4
Подготовка к экзамену.		71,2		35,6		35,6
Вид итогового контроля:	Экзамен		Экзамен		Экзамен	

Вид учебной работы	Всего		Семестр			
			1 семестр		2 семестр	
	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	9	243	4	108	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	2,67	72	1,33	36	1,33	36
Лекции	1,78	48	0,89	24	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24	0,44	12	0,44	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	4,33	117	1,67	45	2,67	
Контактная самостоятельная работа	4,33		1,67		2,67	
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		117		45		45
Виды контроля:						
Экзамен	2	54	1	27	1	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	2	0,6	1	0,3	1	0,3
Подготовка к экзамену.		53,4		26,7		26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		Экзамен		Экзамен	

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего	Семестр

			1 семестр		2 семестр	
	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	9	324	4	144	5	180
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	48	0,67	24	0,67	24
Лекции	0,89	32	0,445	16	0,445	16
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	0,225	8	0,225	8
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	5,67	204	2,33	84	3,33	120
Контактная самостоятельная работа	5,67		2,33		3,33	
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		204		84		120
Виды контроля:						
Экзамен	2	72	1	36	1	36
Контактная работа – промежуточная аттестация	2	0,8	1	0,4	1	0,4
Подготовка к экзамену.		71,2		35,6		35,6
Вид итогового контроля:	Экзамен		Экзамен		Экзамен	

Вид учебной работы	Всего		Семестр			
			1 семестр		2 семестр	
	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	9	243	4	108	5	135
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	36	0,67	18	0,67	18
Лекции	0,89	24	0,445	12	0,445	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12	0,225	6	0,225	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	5,67	153	2,33	45	3,33	90
Контактная самостоятельная работа	5,67		2,33		3,33	
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		153		45		90
Виды контроля:						
Экзамен	2	54	1	27	1	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	2	0,6	1	0,3	1	0,3
Подготовка к экзамену.		53,4		26,7		26,7
Вид итогового контроля:	Экзамен		Экзамен		Экзамен	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения (1 семестр)

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Введение в экономическую теорию и институциональную экономику.	42	12	6	-	24
2.	1.1. Предмет и метод экономической теории и институциональной экономики	14	4	2	-	8
3.	1.2. Экономические потребности, блага и ресурсы	14	4	2	-	8
4.	1.3. Экономические системы и их сущность.	14	4	2	-	8
5.	Раздел 2. Теоретические проблемы микроэкономики и институциональной экономики	42	12	6	-	24
6.	2.1. Основы теории спроса и предложения.	14	4	2	-	8
7.	2.2. Основы теории производства.	28	8	4	-	16
8.	Раздел 3. Экономическая эффективность и несовершенство (провалы) рынка в экономической теории и институциональной экономики.	24	8	4	-	12
9.	3.1. Экономическая эффективность по Парето и условия ее достижения.	12	4	2	-	6
10.	3.2. Провалы рынка, внешние эффекты и общественные блага	12	4	2	-	6
	Итого	108	32	16	-	60
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

Очная форма обучения (2 семестр)

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 4. Общественное воспроизводство (национальная экономика).	54	12	6	-	36
2.	4.1. Предмет макроэкономики и макроэкономический анализ.	18	4	2	-	12
3.	4.2. Отраслевая и секторальная структура национальной экономики	18	4	2	-	12
4.	4.3. Измерение результатов экономической деятельности.	18	4	2	-	12
5.	Раздел 5. Основы теории макроэкономического равновесия и макроэкономической неустойчивости.	54	12	6	-	36
6.	5.1. Общее макроэкономическое равновесие: модель совокупного спроса и совокупного предложения.	18	4	2	-	12
7.	5.2. Деньги, их функции, денежное обращение.	36	8	4	-	24
8.	Раздел 6. Макроэкономическая политика в открытой экономике и институциональная экономика.	36	8	4	-	24
9.	6.1. Кредитно-денежная политика	18	4	2	-	12
10.	6.2. Финансовая и налоговая системы	18	4	2	-	12
	Итого	144	32	16	-	96
	Экзамен	36				
	ИТОГО	180				

Очно-заочная форма обучения (2 семестр)

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Введение в экономическую теорию и институциональную экономику.	45	6	3	-	36
2.	1.1. Предмет и метод экономической теории и институциональной экономики	15	2	1	-	12
3.	1.2. Экономические потребности, блага и ресурсы	15	2	1	-	12
4.	1.3. Экономические системы и их сущность.	15	2	1	-	12
5.	Раздел 2. Теоретические проблемы микроэкономики и институциональной экономики	45	6	3	-	36
6.	2.1. Основы теории спроса и предложения.	15	2	1	-	12
7.	2.2. Основы теории производства.	30	4	2	-	24
8.	Раздел 3. Экономическая эффективность и несовершенство (провалы) рынка в экономической теории и институциональной экономики.	18	4	2	-	12
9.	3.1. Экономическая эффективность по Парето и условия ее достижения.	9	2	1	-	6
10.	3.2. Провалы рынка, внешние эффекты и общественные блага	9	2	1	-	6
	Итого	108	16	8	-	84
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

Очно-заочная форма обучения (3 семестр)

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 4. Общественное воспроизводство (национальная экономика).	57	6	3	-	48
2.	4.1. Предмет макроэкономики и макроэкономический анализ.	19	2	1	-	16
3.	4.2. Отраслевая и секторальная структура национальной экономики	19	2	1	-	16
4.	4.3. Измерение результатов экономической деятельности.	19	2	1	-	16
5.	Раздел 5. Основы теории макроэкономического равновесия и макроэкономической неустойчивости.	57	6	3	-	48
6.	5.1. Общее макроэкономическое равновесие: модель совокупного спроса и совокупного предложения.	19	2	1	-	16
7.	5.2. Деньги, их функции, денежное обращение.	38	4	2	-	32
8.	Раздел 6. Макроэкономическая политика в открытой экономике и институциональная экономика.	30	4	2	-	24
9.	6.1. Кредитно-денежная политика	15	2	1	-	12
10.	6.2. Финансовая и налоговая системы	15	2	1	-	12
	Итого	108	16	8	-	120
	Экзамен	36				
	ИТОГО	180				

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Введение в экономическую теорию и институциональную экономику.

1.1. Предмет и метод экономической теории и институциональной экономики. Экономические законы и принципы. Этапы, направления и школы в экономической теории. Современные направления и школы экономической теории. Понятие институт. Виды институтов: мягкий институт, жесткий институт. Формальные и неформальные институты. Институт как правило, игры в обществе. Основные черты институтов. Функции институтов. Институт и организация. Соотношение институтов и организаций. Типы организаций. Неинституционализированная деятельность. Структура института: нормы (правила). Виды норм: совместная стратегия, норма, правило.

1.2. Экономические потребности, блага и ресурсы. Потребности и ресурсы. Общественное производство и экономические отношения. Кругооборот благ и доходов. Производственные возможности общества и экономический выбор. Кривая производственных возможностей. Закон убывающей предельной полезности.

1.3. Экономические системы и их сущность. Типы и модели экономических систем. Элемент экономической системы. Традиционная экономическая система. Экономические агенты, собственность и экономические интересы. Собственность: формы и пути их преобразования. Понятие институциональная среда. Структура институциональной среды: надконституционные, конституционные, экономические правила. Институциональные соглашения. Взаимовлияние институциональных соглашений, институциональной среды и индивидов.

Раздел 2. Теоретические проблемы микроэкономики и институциональной экономики.

2.1. Основы теории спроса и предложения. Сущность и условия возникновения рынка. Виды рынков и их структура. Функции рынка. Товар и его свойства. Закон спроса и закон предложения. Равновесие спроса и предложения. Изменение равновесия спроса и предложения. Изменение равновесия спроса и предложения под воздействием государственного вмешательства. Эластичность спроса и предложения. Излишек потребителя и производителя

Теория поведения потребителя. Закон убывающей предельной полезности. Понятие производственной функции. Изокванта и ее свойства. Изокоста и ее сочетание с изоквантой в поиске оптимума производителя.

2.2. Основы теории производства. Производство и производственная функция. Производство в краткосрочном периоде. Закон убывающей отдачи факторов производства. Производство в долгосрочном периоде. Замещение факторов производства. Типы производственных функций. Изменение размеров производства и эффект масштаба. Производство и технический прогресс.

Издержки производства. Экономические издержки производства, их структура и виды. Анализ динамики издержек производства в связи с изменением объема выпуска и масштаба производства. Определение эффективного способа производства. Равновесие производителя.

Теории фирмы. Теория контрактов. Стихийный и планомерный порядок. Природа фирмы. Общие, специфические и интерспецифические ресурсы. Сущность и основные виды контрактов. Понятие фирмы как организационной формы предпринимательства и участника микроэкономических рынков. Микроэкономическая мотивация поведения фирмы. Фирмы как организаторы. Плюсы и минусы масштабов деятельности фирмы. Неопределенность внешней и внутренней среды фирмы. Виды отраслевых и межотраслевых объединений предприятий. Концентрация, диверсификация и централизация производства.

Рынок совершенной конкуренции. Понятие рыночной структуры: определяющие признаки и типология. Конкуренция и конкурентное поведение фирм. Производственный выбор

совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Производственный выбор совершенно конкурентной фирмы в долгосрочном периоде. Предложение совершенно конкурентной отрасли. Эффективность совершенно конкурентного рынка.

Абсолютная монополия. Рыночная монополия: источники и виды. 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 А.П. Лернера. Индекс Герфиндаля - Хиршмана. Виды монополии в российской экономике.

Несовершенная конкуренция. Сущность и элементы монополистической конкуренции. Издержки, цены, предложение и спрос в условиях монополистической конкуренции. Особенности равновесия в долгосрочном периоде для монополистической конкуренции. 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». Олигополия и экономическая эффективность отраслевого рынка.

Теория игр как метод моделирования взаимодействий. Базовые модели теории игр. Решение игры. Типы равновесий: равновесие доминирующих стратегий, равновесие по Нэшу, равновесие по Штакельбергу, равновесие по Парето. Кооперативные и некооперативные игры. Игры с природой. Конечные и бесконечные игры. Повторяющиеся игры: смешанная стратегия; эволюционно-стабильная стратегия.

Рынок труда и заработная плата. Особенности спроса и предложения факторов производства. Рынок труда. Спрос на труд и предложение труда в условиях совершенного и несовершенного рынка труда. Равновесие спроса и предложения труда для конкурентного рынка товаров. Несовершенные рынки труда и их особенности. Равновесие спроса и предложения труда на монопольном рынке продукции. Рынок труда с монополистической властью. Источники монополистической власти, монопольная власть на рынке труда. Источники монопольной власти. Двусторонняя монополия на рынке труда. Теории, модели и практика формирования заработной платы. Классические, марксистские, кейнсианские и институциональные трактовки заработной платы. Номинальная и реальная заработная плата. Факторы, определяющие уровень заработной платы. Влияние профсоюзов, государства и безработицы на определение уровня заработной платы.

Рынок капитала и процент. Понятие и теории капитала. Основной и оборотный капитал. Амортизация основного капитала. Финансовый капитал. Ссудный процент. Инвестиции и сбережения. Равновесие на рынке капитала при совершенной конкуренции. Элементы финансовой математики. Простой и сложный процент, их значение. Дисконтирование. Рыночная стоимость капитальных активов. Введение в инвестиционный анализ. Внутренняя норма отдачи. Чистая приведенная стоимость. Срок окупаемости инвестиций. Рынок земли и рента. Земля (земельные площади, угодья, земельный участок). Землевладелец. Цена земли. Кадастровая стоимость земли. Рыночная стоимость земли. Арендная плата. Экономическая рента. Земельная рента. Дифференциальная земельная рента. Налоги на землю. Спрос и предложение на рынке земли.

Раздел 3. Экономическая эффективность и несовершенство (провалы) рынка в экономической теории и институциональной экономики.

3.1. Экономическая эффективность по Парето и условия ее достижения. Понятие экономической эффективности. Критерии эффективности – критерий Парето. Общее и частичное равновесие. Экономика «чистого» обмена. Графическое отображение – диаграмма Эджуорта. Эффективность производства. Распределение производственных ресурсов. «Ядро» экономики благосостояния. Существование, механизм установления и

стабильность общего равновесия. Оптимальность по Парето. Теория благосостояния. Эффективность и справедливое распределение.

3.2. Провалы рынка, внешние эффекты и общественные блага. Формы трансакционных издержек. Права собственности. Понятие и разновидности внешних эффектов: отрицательные и положительные внешние эффекты. Корректирующие налоги и субсидии. Теорема Коуза. Применение теории внешних эффектов. Понятие общественных благ. Их свойства. Проблема безбилетника. Чистое общественное благо и чистое частное благо. Спрос и предложение чистых общественных благ. Положительные внешние эффекты и эффективный выпуск общественных благ.

Трансакция, виды трансакций. Трансакционные и трансформационные издержки. Роль и виды трансакционных издержек: классификации О. Уильямсона, Д. Норта, Р. Милгрона. Издержки ex-ante, ex-post. Специфичность активов. Фундаментальная трансформация. Издержки и форма собственности. Внешние эффекты. Теорема Коуза. Роль и учет трансакционных издержек в экономике. Влияние формальных и неформальных правил на динамику трансакционных издержек. Пути снижения трансакционных издержек.

Монопольная власть и несовершенная информация. Экономическая сущность информации причины и последствия ее неполноты. Информация как ресурс. Свойства информации, стоимость и цена информации. Информационная асимметрия и рынок «лимонов». Фиаско на рынке «лимонов». Роль государства в сглаживании асимметричности информации. Неблагоприятный отбор. Теория сигналов. Монополизация экономики как один из провалов рынка. Потери мертвого груза (общественного благосостояния) в условиях монополии.

Неравенство в распределении доходов. Понятие дохода. Отличие дохода от богатства. Основные группы доходов домохозяйств. Доходы, получаемые за счет использования факторов производства. Трансфертные платежи. Основные направления распределения дохода. Функциональное распределение дохода. Распределение дохода по величине. Кривая Лоренца. Коэффициент Джини. Проблема выравнивания доходов и основные подходы ее решения. Функциональное распределение дохода в России и западных странах. Распределение дохода по величине в России.

Раздел 4. Общественное воспроизводство (национальная экономика).

4.1. Предмет макроэкономики и макроэкономический анализ. Предмет макроэкономики. Методы макроэкономического анализа. Макроэкономические модели. Модель круговых потоков. Равновесное функционирование национальной экономики.

4.2. Отраслевая и секторальная структура национальной экономики. Макроэкономическая структура национальной экономики. Общественное воспроизводство. Система макроэкономических взаимосвязей основных секторов народного хозяйства. Отраслевая и секторальная структура национальной экономике.

4.3. Измерение результатов экономической деятельности. Общественный продукт: сущность, показатели измерения. Система национального счетоводства. Методология исчисления основных макроэкономических показателей. Национальное богатство и чистое экономическое благосостояние. Показатели дохода и продукта. ВВП. Основные макроэкономические тождества. Номинальные и реальные показатели. Индексы цен. Проблемы оценки благосостояния нации Межотраслевой баланс как инструмент анализа и прогнозирования структурных взаимосвязей в экономике.

Раздел 5. Основы теории макроэкономического равновесия и макроэкономической нестабильности.

5.1. Общее макроэкономическое равновесие: модель совокупного спроса и совокупного предложения. Совокупный спрос и факторы, его определяющие. Совокупное предложение: классическая и кейнсианская модели. Макроэкономическое равновесие в модели

совокупного спроса и совокупного предложения. Переход от краткосрочного равновесия к долгосрочному. Шоки спроса и предложения. Стабилизационная политика.

Макроэкономическое равновесие на товарном рынке. Кейнсианская модель доходов и расходов. Равновесие совокупного спроса и совокупного предложения и полная занятость ресурсов. Компоненты совокупного спроса и уровень планируемых расходов. Потребление и сбережения. Инвестиции. Фактические и планируемые расходы. Крест Кейнса. Механизм достижения равновесного объема производства. Колебания равновесного уровня выпуска вокруг экономического потенциала. Мультипликатор автономных расходов. Рецессионный и инфляционный разрывы. Парадокс бережливости. Взаимосвязь модели AD-AS и кейнсианского креста.

5.2. Деньги, их функции, денежное обращение. Деньги и их функции. Денежная масса. Основные денежные агрегаты. Классическая и кейнсианская теории спроса на деньги. Модель предложения денег. Денежный мультипликатор.

Денежный рынок и его равновесие. Банковская система. Краткосрочное равновесие на денежном рынке. Ликвидная ловушка. Долгосрочное равновесие денежного рынка. Монетарное правило М. Фридмана. Банковская система, ее структура и функции. Центральный Банк и коммерческие банки

Макроэкономическое равновесие на товарном и денежном рынках. Модель IS-LM. Взаимосвязь моделей AD-AS и IS-LM. Основные переменные и уравнения модели IS-LM. Вывод кривых IS и LM. Наклоны сдвиг кривых IS и LM. Равновесие в модели IS-LM. Относительная эффективность бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политики. Вывод кривой совокупного спроса. Экономическая политика в моделях AD-AS и IS-LM при изменениях уровня цен.

Цикличность экономического развития. Понятие экономического цикла и его фазы. Причины циклических колебаний в рыночной экономике. Экономический цикл и динамика основных макроэкономических показателей. Потенциальный ВВП.

Безработица как форма макроэкономической неустойчивости. Понятие безработицы, ее определение и современное состояние. Причины безработицы: классическая и кейнсианская концепции. Формы безработицы и ее естественный уровень. Издержки безработицы. Закон Оукена. Регулирование уровня безработицы. Государственная политика в области занятости

Инфляция. Сущность, причины и измерение инфляции. Инфляция спроса и инфляция издержек. Ожидаемая и неожиданная инфляция. Механизм развития инфляции. Социально-экономические последствия инфляции. Взаимосвязь между инфляцией и безработицей. Стагфляция. Взаимосвязь инфляции и безработицы.

Экономический рост. Понятие и содержание экономического роста. Предпосылки экономического роста. Экономический рост и изменения в структуре экономики и общественных институтах. Факторы и типы экономического роста. Теории экономического роста. Историко-социологическая концепция роста У. Ростоу. Некейнсианские модели роста Е. Домара и Р. Харрода. Неоклассические модели роста Р. Солоу, Дж. Мида, А. Льюиса.

Институциональное изменение. Институциональное равновесие. Траектории изменения институтов. Эволюционный и революционный варианты развития институтов. Классификация институциональных изменений Д. Норта. Эффект исторической обусловленности развития. Целенаправленные институциональные изменения. Институциональный импорт. Стратегии институционального импорта. Конгруэнтность. Конвергенция, типы конвергенции. Дивергенция. Методики измерения конгруэнтности: юридическая методика, методика Дж. Ховстеда, методика С. Корнела и Дж. Колта, методика сравнения норм. Сценарии институционального развития.

Раздел 6. Макроэкономическая политика в открытой экономике и институциональная экономика.

6.1. Кредитно-денежная политика Государство как организация. Феномен возникновения государства. Функции государства. Спецификация и защита прав собственности. Оппортунистическое поведение и роль «третьей стороны» государства в конфликтах. Чистые общественные блага и проблема безбилетника. «Провалы» государства: несоответствие доходов и расходов; отсутствие четких критериев эффективности деятельности; неравномерное распределение ресурсов. Границы «вмешательства» государства в сделки. Теория государства Д. Норта.

Кредитно-денежная политика. Цели и инструменты кредитно-денежной политики. Передаточный механизм кредитно-денежной политики, ее связь с бюджетно-налоговой и валютной политикой.

6.2. Финансовая и налоговая системы. Финансовая система. Содержание и функции финансов и финансовой системы. Фондовый рынок. Основные виды ценных бумаг. Ценные бумаги на мировых финансовых рынках. Формирование структуры доходов и расходов бюджета. Бюджетный потенциал. Внебюджетные фонды. Основные бюджетные пропорции. Бюджетный дефицит и профицит. Бюджетирование. Содержание и основные черты налогов. Налоговая система и принципы ее построения. Функции налоговой системы. Виды налогов и их классификация. Эффективность налоговой системы. Кривая Лаффера.

Налогово-бюджетная политика. Краткосрочные и долгосрочные цели бюджетно-налоговой политики и ее инструменты. Мультипликатор государственных расходов. Мультипликатор налогов. Мультипликатор сбалансированного бюджета. Дискреционная и недискреционная фискальная политика. Бюджетные дефициты и излишки. Встроенные стабилизаторы экономики. Циклический и структурный дефициты госбюджета. Воздействие бюджетного излишка на экономику. Инфляционные и неинфляционные способы финансирования бюджетного дефицита. Сеньораж. Эффект вытеснения. Проблемы увеличения налоговых поступлений в государственный бюджет. Бюджетный дефицит и государственный долг: основные определения, показатели и проблемы количественной оценки. Основные причины устойчивого бюджетного дефицита и увеличения государственного долга. Первичный дефицит государственного бюджета и механизм самовоспроизводства долга. Государственный долг, налоги, инвестиции и экономический рост. Взаимосвязь внутреннего и внешнего долга. Государственный долг и дефицит платежного баланса. Причины долгового кризиса и стратегия управления государственной задолженностью. Валютный курс и платежный баланс. Понятие и структура мирового хозяйства. Теория международной торговли и торговая политика. Валютный рынок: основные понятия. Системы гибких и фиксированных валютных курсов. Соотношение номинального и реального валютных курсов в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Факторы, определяющие динамику номинального валютного курса в долгосрочном периоде. Воздействие макроэкономической политики на динамику равновесного реального валютного курса. Сравнительная эффективность режимов гибкого и фиксированного валютных курсов. Макроэкономическое значение, основные статьи и структура платежного баланса. Торговый баланс, баланс текущих операций и баланс движения капитала. Взаимосвязь счетов платежного баланса. Колебания валютного курса как инструмент автоматического урегулирования платежного баланса. Официальные валютные резервы Центрального Банка. Влияние макроэкономической политики на состояние платежного баланса. Дефицит и кризис платежного баланса.

Сравнительный анализ эффективности инструментов макроэкономической политики государства. Макроэкономическое равновесие в открытой экономике. Равновесный объем производства в открытой экономике. Мультипликатор расходов в открытой экономике. Международные потоки капиталов и товаров. Модель внутреннего и внешнего равновесия в условиях фиксированного обменного курса. Правило распределения ролей. Модель открытой экономики Манделла - Флеминга. Фискальная и монетарная политика в классической и кейнсианской моделях. Проблемы осуществления стабилизационной

политики. Активная и пассивная политика. Политика твердого курса и произвольная макроэкономическая политика. Возможные «твердые курсы» фискальной и монетарной политики. Противоречивость целей макроэкономического регулирования и проблема координации курсов бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политики.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5	Раздел 6
	Знать:						
1	– основные понятия и концепции экономической теории и институциональной экономики;	+	+		+	+	+
2	– основные теоретические разработки по формированию моделей национального экономического развития в контексте международной экономической интеграции государств мирового сообщества;		+	+	+		
3	– основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;				+		
4	– основные тенденции развития ведущих экономически развитых государств и основных групп развивающихся стран					+	+
	Уметь:						
5	– проводить анализ рынка, используя экономические модели;		+				
6	– использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса;	+	+		+		
7	– уметь применять на практике полученные знания при анализе формальных и качественных экономических моделей;	+		+			
8	– выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;			+		+	+
9	– использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач					+	+
	Владеть:						
10	– методами работы с научно-технической, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по экономической теории и институциональной экономике;	+	+				

11	– методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и институциональной экономики;	+		+	+	+	
12	– навыками разработки новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области экономической теории и институциональной экономики					+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>							
13	– ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	– ОПК-1.1. Знает основы экономической, организационной и управленческой теории	+	+	+	+	+
		– ОПК-1.2. Умеет разбираться в особенностях элементов рыночного механизма и их взаимодействия	+	+	+	+	+
		– ОПК-1.3. Владеет навыками решения профессиональных задач, опираясь на целостное представление об основах экономического развития страны	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Очная форма обучения (1 семестр)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Производственные возможности общества и экономический выбор	2
2	1	Институт как правило игры в обществе. Институт и организация	2
3	1	Анализ институциональной среды	2
4	2	Потребительский выбор и его особенности. Кардиналистская и ординалистская теории потребительского поведения.	2
5	2	Экономическая природа фирмы. Основные формы деловых предприятий. Фирма - совершенный конкурент в условиях равновесия.	4
6	3	Экономические издержки в краткосрочный и долгосрочный период. Производственная функция.	2
7	3	Теория общественного выбора. Внешние эффекты. Теорема Коуза.	2

Очная форма обучения (2 семестр)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	4	Агрегирование экономических субъектов и экономических показателей.	2
2	4	Система национальных счетов (СНС). Макроэкономические индикаторы и индексы.	2
3	4	Равновесие на денежном рынке	2
4	5	Современные теоретические концепции экономического цикла. Экономические и социальные последствия экономических кризисов и цикличности развития.	2
5	5	Экономический рост и развитие. Качество экономического роста. Инновационная экономика.	4
6	6	Теория институциональных изменений и ее практическое применение	2
7	6	Кредитно-денежный трансмиссионный (передаточный) механизм: теоретические представления, цепочка последствий. Стимулирующая и сдерживающая кредитно-денежная политика.	2

Очно-заочная форма обучения (2 семестр)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы

1	1	Производственные возможности общества и экономический выбор	1
2	1	Институт как правило игры в обществе. Институт и организация	1
3	1	Анализ институциональной среды	1
4	2	Потребительский выбор и его особенности. Кардиналистская и ординалистская теории потребительского поведения.	1
5	2	Экономическая природа фирмы. Основные формы деловых предприятий. Фирма - совершенный конкурент в условиях равновесия.	2
6	3	Экономические издержки в краткосрочный и долгосрочный период. Производственная функция.	1
7	3	Теория общественного выбора. Внешние эффекты. Теорема Коуза.	1

Очно-заочная форма обучения (3 семестр)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	4	Агрегирование экономических субъектов и экономических показателей.	1
2	4	Система национальных счетов (СНС). Макроэкономические индикаторы и индексы.	1
3	4	Равновесие на денежном рынке	1
4	5	Современные теоретические концепции экономического цикла. Экономические и социальные последствия экономических кризисов и цикличности развития.	1
5	5	Экономический рост и развитие. Качество экономического роста. Инновационная экономика.	2
6	6	Теория институциональных изменений и ее практическое применение	1
7	6	Кредитно-денежный трансмиссионный (передаточный) механизм: теоретические представления, цепочка последствий. Стимулирующая и сдерживающая кредитно-денежная политика.	1

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия по дисциплине не предусмотрены.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами, включая переводы публикаций из научных журналов, цитируемых в базах Scopus, Web of Science, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- посещение отраслевых выставок и семинаров;

- участие в семинарах и конференциях РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовка домашних заданий для последующего рассмотрения на практических занятиях.

Планирование времени на самостоятельную работу, необходимого на изучение дисциплины, студентам лучше всего осуществлять на весь период изучения, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Материал, законспектированный на лекциях, необходимо регулярно дополнять сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе. При работе с указанными источниками рекомендуется составлять краткий конспект материала, с обязательным фиксированием библиографических данных источника.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение контрольных работ (максимальная оценка 60 баллов)) и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет 20 баллов за каждую. Работа на практических занятиях оценивается в 30 баллов.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 1.1.

1. Микроэкономика: предмет, объект, метод, функции и место в системе экономических наук.
2. Экономические системы: основные ступени развития.
3. Виды и формы собственности.
4. Сущность предпринимательства и условия его существования.
5. Человеческий капитал и его роль в современной экономике.
6. Товарная форма организации производства как основа рыночных отношений.
7. Теория предпочтений и определение равновесного состояния потребителя.
8. Кардиналистская теория предельной полезности.
9. Законы Госсена.
10. Ординалистская теория полезности.
11. Аксиомы поведения потребителя.
12. Равновесие потребителя.
13. Реакция потребителя на изменение дохода. Кривая Энгеля.
14. Предпочтения потребителя и полезность.
15. Мир потребительских предпочтений: закономерности развития.
16. Закон конкуренции и антитрестовское законодательство.
17. Ценовая дискриминация: сущность, виды.
18. Экономические блага и их классификация. Взаимодополняемость и взаимозамещение благ.
19. Показатели качества и уровня жизни. Индекс человеческого развития.
20. Потребности как движущая сила экономики и их взаимосвязь с общественным производством.

21. Теория факторов производства как основа формирования стоимости товара и распределения доходов.
22. Закон стоимости как основа взаимодействия и развития производительных сил и производственных отношений в рыночной экономике.
23. Спрос. Закон спроса. Кривая спроса. Изменения в спросе.
24. Индивидуальный и рыночный спрос.
25. Предложение. Закон предложения. Кривая предложения.

Вопрос 1.2.

1. Изменения предложения.
2. Практическое применение теории спроса и предложения.
3. Функции рынка, условия его функционирования и развития.
4. Рыночное равновесие.
5. Отраслевое равновесие. Устойчивость и неустойчивость равновесия.
6. Реакция потребителя на изменение цены.
7. Эффект замены и эффект дохода.
8. Эластичность: понятие, коэффициент, виды, формы.
9. Эластичность спроса по цене. Измерение эластичности. Эластичность и выручка.
10. Эластичность спроса по доходу. Коэффициент эластичности спроса по доходу.
11. Перекрестная эластичность спроса по цене.
12. Эластичность предложения по цене. Кривая предложения.
13. Практическое применение концепции эластичности.
14. Взаимодополняемость и взаимозаменяемость товаров.
15. Потребительский излишек.
16. Изокванта и изокоста. Равновесие производителя. Отдача от масштаба.
17. Производственная функция. Общий, средний и предельный продукт.
18. Продукт и издержки фирмы. Равновесие производителя.
19. Издержки производства и прибыль.
20. Конкуренция и ее законы.
21. Совершенная конкуренция. Равновесие конкурентной фирмы в коротком и долгом периодах.
22. Условия максимизации прибыли при совершенной конкуренции.
23. Монополия. Монопольная власть, ущерб причиняемый монополией.
24. Условия максимизации прибыли при монополии.
25. Естественная монополия и ее регулирование

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 2.1.

1. Рынки факторов производства.
2. Особенности рыночного спроса на факторы производства
3. Оптимизация соотношения факторов производства в условиях их взаимозаменяемости.
4. Рынок труда и заработная плата.
5. Виды и формы заработной платы в современном производстве.
6. Рынок капитала и его структура.
7. Особенности спроса на рынке производительного капитала.
8. Рынок ссудного капитала и ссудный процент.
9. Ставка процента, факторы ее определяющие.

10. Кредит, его сущность, виды и значение в развитии производства.
 11. Инвестиционные решения предприятий.
 12. Дисконтирование как способ определения эффективности капиталовложений.
 13. Земля как природный ресурс и как фактор производства в земледелии.
 14. Природная и земельная ренты.
 15. Механизм образования абсолютной и дифференциальной земельной ренты.
- Цена земли.
16. Информация как экономический ресурс. Факторы, определяющие неполноту информации.
 17. Неопределенность и ее виды.
 18. Оптимизация хозяйственной деятельности в условиях неопределенности и риска.
 19. Особенности спроса и предложения на рынках ресурсов.
 20. Экономическая рента.
 21. Капитал. Предложение сбережений.
 22. Ссудный процент.
 23. Торговый капитал и его эволюция в современных условиях.
 24. Капитал и наемный труд.
 25. Спрос на ресурс в условиях совершенной конкуренции.

Вопрос 2.2.

1. Факторы спроса на ресурс.
2. Эластичность спроса на ресурс
3. Предельный продукт фактора производства в денежном выражении.
4. Предельные издержки фирмы на фактор производства в условиях конкуренции.
5. Оптимальная комбинация факторов производства
6. Конкурентный рынок труда.
7. Спрос на труд и рыночное предложение труда.
8. Равновесие на конкурентном рынке труда
9. Рынок труда в условиях несовершенной конкуренции (модель монополии и модели с участием профсоюзов)
10. Рынок природных ресурсов.
11. Земельная рента.
12. Цена земли
13. Ценообразование на рынке ресурсов.
14. Земельные отношения в России: традиции, проблемы и поиски эффективных форм хозяйствования.
15. Малое предпринимательство в России: нужно ли его поддерживать и почему.
16. Несовершенство рыночной системы хозяйства (провалы рынка) и эффективность государственного вмешательства в России.
17. Потери от монополизма: теория и российская практика.
18. Особенности поведения и регулирования российских естественных монополий.
19. Экономическая эффективность.
20. Эффективность в производстве.
21. Эффективность в распределении благ
22. Экономический и бухгалтерский подходы в определении издержек и прибыли предприятия.
23. Производственные возможности общества. Кривая производственных возможностей.

24. Парето-эффективность.
25. Сущность цены и механизм ценообразования в рыночной системе.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Максимальная оценка 20 баллов. Контрольная работа содержит 2 вопроса, по 10 баллов за вопрос.

Вопрос 3.1.

1. Определение понятия института. Функции институтов.
2. Классификация институтов по признаку решаемых с их помощью проблем во взаимодействии людей (проблема координации, проблема типа "дилемма заключенных", проблема сохранения неравенства).
3. Характеристика механизмов принуждения к соблюдению правил.
4. Институты формальные и неформальные.
5. Классификация институциональных теорий.
6. Проблема измерения трансакционных издержек.
7. Определение понятия прав собственности.
8. Пучок прав собственности.
9. Альтернативные режимы прав собственности.
10. Экономическая природа фирмы
11. Институциональная структура общества.
12. Условия эффективности неформальных институтов
13. Институциональное разнообразие экономических систем.
14. Общая характеристика неинституциональной экономической теории.
15. Старый институционализм.
16. Трансакционные и трансформационные издержки.
17. Сравнительные преимущества и недостатки правовой системы как механизма защиты контрактов.
18. Характеристика институциональной структуры основных типов обмена (по Д. Норт).
19. Трансакционные издержки в российской экономике.
20. Свобода заключения контракта как институт рыночной экономики.
21. Ограниченная рациональность и неполнота контракта.
22. Пластичность ресурсов и моральный риск.
23. Методы предотвращения морального риска.
24. Типы контрактов (классический, неоклассический и отношенческий) и альтернативные дискретные структуры управления сделками: рынок, гибридные формы и иерархия.
25. Объяснение причин возникновения фирмы в неинституциональной теории (Ф. Найт, Р. Коуз, А. Алчиан и Х. Демсетц, О. Уильямсон)..

Вопрос 3.2.

1. Границы фирмы по Коузу и Уильямсону.
2. Альтернативные подходы к объяснению фирмы и ее границ.
3. Р. Коуз о причинах возникновения фирмы и ее границах.
4. Теории фирмы, основанные на модели "принципал-агент".
5. Теории фирмы, основанные на идее о неполноте контрактов.
6. Теория фирмы с позиций прав собственности.
7. Рынок и фирма: сравнительный анализ выгод и издержек альтернативных форм координации экономической деятельности.
8. Понятие контракта.
9. Контракт в юридическом и экономическом смысле.
10. Асимметрия информации и оппортунистическое поведение.

11. Виды оппортунистического поведения.
 12. Неблагоприятный отбор и методы его предотвращения.
 13. Факторы, влияющие на выбор формы контракта.
 14. Понятие специфичности ресурсов.
 15. Классификация специфических активов.
 16. Синергические эффекты, присвоение квази-ренды и вымогательство.
 17. Самовыполняющиеся контракты и идея "заложника".
 18. Неоклассическая теория фирмы.
 19. Анализ экономических организаций с позиции теории прав собственности.
 20. Формы деловых предприятий и распределение прав собственности в них; сравнительные преимущества и недостатки этих форм.
 21. Открытая корпорация и издержки отношений "принципала и агента".
 22. Оппортунизм менеджеров и механизмы корпоративного контроля в различных странах.
 23. Механизм репутации как средство защиты контракта; идеальная модель "совершенной репутации", недостатки репутации как средства предотвращения оппортунистического поведения.
 24. Взаимодействие формальных и неформальных институтов.
 25. Внешние эффекты и общественные блага.
- Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (1,2 семестры – экзамен (очная форма), 2,3 семестры – экзамен (очно-заочная форма)).

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины и содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

**Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины
(Очная форма обучения 1 семестр – экзамен; Очно-заочная форма обучения 2 семестр – экзамен)**

1. Предмет экономической теории. Экономическая теория и экономическая практика. Позитивная и нормативная экономика.
2. Исторический путь развития экономической науки. Экономические школы.
3. Метод экономической теории.
4. Функции экономической теории.
5. Экономические агенты (рыночные и нерыночные). Экономический кругооборот.
6. Экономические потребности и блага. Экономический закон роста потребностей.
7. Ресурсы, их структура и ограниченность.
8. Производственные возможности в экономической системе и проблема выбора. Кривая производственных возможностей (КПВ).
9. Собственность: сущность, формы, роль в развитии экономической системы.
10. Приватизация: особенности осуществления в России.
11. Экономические системы: основные ступени развития.
12. Инфраструктура рыночной экономики: преимущества и недостатки.
13. Предмет микроэкономики. Позитивный и нормативный анализ
14. Методы изучения микроэкономики. Экономические модели
15. Принцип рационального поведения и его значение в экономической теории
16. Экономический выбор в условиях ограниченности ресурсов. Модель кривой производственных возможностей. Альтернативные издержки

17. Типы экономических систем. Эффективность распределения ресурсов в рыночной и плановой системах
18. Спрос и величина спроса. Факторы спроса. Индивидуальный и рыночный спрос
19. Предложение и величина предложения. Факторы предложения. Индивидуальное и рыночное предложение
20. Рыночное равновесие. Равновесие в мгновенном, краткосрочном и долгосрочном периодах
21. Сравнительная статика рыночного равновесия. Паутинообразная модель
22. Устойчивость рыночного равновесия по Л. Вальрасу и А. Маршаллу.
23. Государственное регулирование рыночных цен и проблема эффективности
24. Понятие эластичности. Эластичность спроса по цене. Измерение ценовой эластичности спроса
25. Факторы ценовой эластичности спроса. Геометрическая интерпретация коэффициентов ценовой эластичности спроса
26. Перекрестная эластичность спроса. Эластичность спроса по доходу
27. Ценовая эластичность предложения. Факторы ценовой эластичности предложения. Геометрическая интерпретация коэффициента ценовой эластичности предложения
28. Прикладное значение эластичности: эластичность спроса и выручка продавцов, распределение налогового бремени
29. Теория потребительского выбора. Предельная полезность.
30. Принцип максимизации полезности. Предельная полезность и спрос.
31. Процесс производства, факторы производства. Производство в краткосрочном периоде. Закон убывающей предельной производительности. Общий, средний и предельный продукт. Стадии производства
32. Производство в долгосрочном периоде. Отдача от масштаба
33. Различные отраслевые структуры рынков. Сравнительная характеристика
34. Типы деловых предприятий в рыночной экономике. Цели предприятия
35. Бухгалтерские и экономические издержки. Бухгалтерская и экономическая прибыль
36. Издержки в коротком периоде. Факторы, влияющие на издержки.
37. Издержки в долгосрочном периоде
38. Совершенная конкуренция как особый тип рынка
39. Определение объема производства совершенно конкурентной фирмой в коротком периоде. Максимизация прибыли. Краткосрочная кривая предложения конкурентной фирмы
40. Долгосрочная кривая предложения конкурентной фирмы. Равновесие конкурентной фирмы и отрасли в долгосрочном периоде. Нулевая прибыль
41. Социально-экономическая эффективность рынка совершенной конкуренции
42. Монополия как рыночная структура. Предельный доход монополиста и эластичность спроса
43. Определение объема выпуска и цены монополистом. Прибыль монополиста
44. Монопольная власть. Показатели монопольной власти
45. Монополия и эффективность распределения ресурсов. Социальные издержки монополизации
46. Регулирование монополии путем установления «потолка» цены, потоварных и аккордных налогов и субсидий
47. Естественная монополия и ее регулирование
48. Монополистическая конкуренция как рыночная структура. Выбор фирмы — монополистического конкурента в краткосрочном периоде

49. Неценовая конкуренция на рынках с монополистической конкуренцией. Реклама.
50. Долгосрочное равновесие в условиях монополистической конкуренции. Эффективность монополистической конкуренции как рыночной структуры
51. Олигополия как рыночная структура. Степень концентрации отрасли и рыночная власть. Индекс Херфиндаля-Хиршмана
52. Модели олигополии (ценовая война, ломаная кривая спроса, ценовое лидерство, лимитирующее ценообразование, картельное соглашение).

Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины
(Очная форма обучения 2 семестр – экзамен; Очно-заочная форма обучения 3 семестр – экзамен)

Максимальное количество баллов за **экзамен** – 40 баллов. Экзаменационный билет содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 - 20 баллов каждый.

1. Предмет и ключевые проблемы макроэкономики (важность, сложность, виды макроэкономической политики, структура и функции макроэкономики, позитивная и нормативная макроэкономика).
2. Номинальный и реальный ВВП. Индексы цен.
3. Совокупный спрос: сущность, ценовые и неценовые факторы.
4. Совокупное предложение в краткосрочном и долгосрочном периоде: ценовые и неценовые факторы.
5. Установление макроэкономического равновесия в короткий и длительный период в модели AD-AS.
6. Шоки спроса и процесс приспособления экономики.
7. Шоки предложения и процесс приспособления экономики.
8. Инструментарий кейнсианской теории макроэкономического равновесия.
9. Установление равновесия в модели «доходы-расходы» и «сбережения-инвестиции».
10. Изменение макроэкономического равновесия в моделях «доходы-расходы» и «сбережения-инвестиции». Мультипликатор.
11. Экономический рост: сущность, показатели, качество.
12. Типы и факторы экономического роста.
13. Теории экономических циклов.
14. Характеристика фаз цикла и виды экономических параметров.
15. Безработица и её виды. Естественный уровень безработицы.
16. Экономические и социальные издержки безработицы. Закон Оукена. Программы помощи безработным.
17. Инфляция: сущность и виды. Социально-экономические последствия инфляции Антиинфляционное регулирование экономики.
18. Происхождение, функции и виды денег. Формы стоимости.
19. Денежный рынок.
20. Кредит: понятие, виды и функции. Кредитная система.
21. Виды банков и их функции. Мультипликатор денежного предложения
22. Денежно-кредитная (монетарная) политика: цели, виды, инструменты, передаточный механизм.
23. Государственный бюджет: сущность, цели и структура. Государственный долг.
24. Бюджетно-налоговая политика: цели, инструменты, виды, эффективность
25. Теории международной торговли.
26. Международная торговая политика.

27. Валютный курс и его виды. Валютная политика.
28. Институт как единица анализа. Типы институтов. Функции институтов.
29. Формальные и неформальные институты.
30. Понятие трансакции. Классификация трансакций
31. Управление трансакциями.
32. Трансакционные издержки: определение, условия возникновения, структура. Классификация трансакционных издержек.
33. Проблемы эмпирической оценки трансакционных издержек.
34. Права собственности в новой институциональной экономической теории.
35. Структура прав собственности. Возникновение прав собственности.
36. Ограничение и расщепление прав собственности. Проблема спецификации/размывания прав собственности.
37. Экстерналии и провалы рынка в трактовке неoinституционализма.
38. Сущность теоремы Коуза. Выводы из теоремы Коуза.
39. Принципы контрактных отношений. Предмет и элементы контракта. Совершенный и реальный контракт.
40. Теория агентства.
41. Теория неполных контрактов. Трансакционные издержки в теории контрактов.
42. Причины институциональных изменений. Модель институциональных изменений Д. Норта.
43. Классификации институциональных изменений. Институциональные изменения и зависимость от предшествующего пути развития. Институциональные ловушки.
44. Импорт институтов. Институциональная динамика
45. Нестабильность институционального равновесия в переходной экономике.
46. Неформальная институционализация как следствие рассогласованности формальных и неформальных правил.
47. Теория государства Д. Норта.
48. Централизованные и стихийные институциональные изменения.
49. Институциональные изменения и зависимость от траектории развития.
50. Институциональные преобразования в современной России.

Фонд оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (1,2 семестр - экзамен (очная форма обучения) и 2,3 семестр экзамен (очно-заочная форма обучения))

Экзамен по дисциплине «**Экономическая теория и институциональная экономика**» проводится в 1,2 семестрах (очная форма обучения), 2,3 семестрах (очно-заочная форма обучения) и включает контрольные вопросы по всем темам рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 вопросов, относящихся к указанным темам, по 20 баллов за каждый вопрос.

Пример билета для **экзамена**:

«Утверждаю» зав.каф. МиМ (Должность, наименование кафедры)	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга

Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия) «30» августа 2023 г.	38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг и рыночная аналитика» Экономическая теория и институциональная экономика
Билет №11 1. Кредит: понятие, виды и функции. Кредитная система. 2. Институциональные изменения и зависимость от траектории развития.	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Экономическая теория: учебник для академического бакалавриата / Е. Н. Лобачева [и др.]; под ред. Е. Н. Лобачевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 539 с.
2. Колосов, А. В. Институциональная экономика: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. В. Колосов. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 384 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс).
3. Лебедева, И.Н. Институциональная экономика [Электронный ресурс]: учебник / И.Н. Лебедева, И.П. Николаева. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2019. — 208 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93444>.
4. Кочетков, А.А. Экономическая теория [Электронный ресурс]: учебник / А.А. Кочетков. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2019. — 696 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93358>.

Б. Дополнительная литература

1. Войтов, А.Г. Экономическая теория [Электронный ресурс]: учебник / А.Г. Войтов. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2018. — 392 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/105581>.
2. Журавлева, Г.П. Экономическая теория. Макроэкономика -1,2. Метаэкономика. Экономика трансформаций [Электронный ресурс]: учебник / Г.П. Журавлева. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2019. — 920 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93382>.
3. Ларионов, И.К. Экономическая теория [Электронный ресурс]: учебник / И.К. Ларионов. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2019. — 408 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93499>.
4. Николаева, И.П. Экономическая теория [Электронный ресурс]: учебник / И.П. Николаева. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2019. — 328 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/91230>.
5. Салихов, Б.В. Экономическая теория [Электронный ресурс]: учебник / Б.В. Салихов. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2019. — 724 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93381>.
6. Маховикова, Г.А. Экономическая теория: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.А. Маховикова, Г.М. Гукасян, В.В. Амосова. - Люберцы: Юрайт, 2019. - 443 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.

Научно-технические журналы:

- Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. ISSN: 2312-5330.
- Журнал «Вопросы экономики». ISSN: 0042-8736.
- Журнал «Экономика и управление». ISSN: 1998-1627.
- Журнал «Проблемы современной экономики». <http://www.m-economy.ru/>.
- Журнал «Банковские услуги». ISSN: 2075-1915.
- Журнал «Финансы и кредит». ISSN: 2071-4688.
- Журнал «Корпоративные финансы» ISSN: 2073-0438.
- Журнал «Инновации и инвестиции» ISSN: 2307-180X.
- International Journal of science, technology and society. ISSN: 2330-7420.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- www.cbr.ru Сайт Центрального Банка РФ:
- [http://www.rbc.ru/](http://www.rbc.ru) РосБизнесКонсалтинг:
- <http://www.imf.org/external/russian/> Сайт Международного валютного фонда:
- <http://www.gks.ru/> Сайт Федеральной службы государственной статистики:
- <http://www.banki.ru/> Крупнейший финансовый портал Рунета:
- <http://www.finam.ru/> Сайт инвестиционной компании «Финам»:
- <http://moex.com/> Сайт Московской биржи.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 8, (общее число слайдов – 148);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 200).

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Информационную поддержку изучения дисциплины осуществляет Информационно-библиотечный центр (ИБЦ) РХТУ им. Д.И. Менделеева, который обеспечивает обучающихся основной учебной, учебно-методической и научной литературой, необходимой для организации образовательного процесса по дисциплине. Общий объем многоотраслевого фонда ИБЦ на 01.01.2024 г. составляет 1 559 436 экз.

Фонд ИБЦ располагает учебной, учебно-методической и научно-технической литературой в форме печатных и электронных изданий, а также включает официальные, справочно-библиографические, специализированные отечественные и зарубежные периодические и информационные издания. ИБЦ обеспечивает доступ к профессиональным базам данных, информационным, справочным и поисковым системам.

Каждый обучающийся обеспечен свободным доступом из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и к электронно-библиотечной системе (ЭБС) Университета, которая содержит различные издания по основным изучаемым дисциплинам и сформирована по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Для более полного и оперативного справочно-библиографического и

информационного обслуживания в ИБЦ реализована технология Электронной доставки документов.

Полный перечень электронных информационных ресурсов, используемых в процессе обучения, представлен в основной образовательной программе.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (моноблоки, проектор, экран) и учебной мебелью; учебная аудитория для проведения практических занятий, оборудованная электронными средствами демонстрации; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты иллюстрационных материалов к разделам лекционного курса.

11.3. Компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства:

Персональные компьютеры (моноблоки), укомплектованные программными средствами; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса; раздаточный материал к практическим занятиям по дисциплине.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционного курса; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде, кафедральные библиотеки электронных изданий.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

Но п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 ProfessionalGetGe nuine	Контракт № 62- 64ЭА/2013 от 02.12.2013	24 лицензии для активации на рабочих станциях	бессрочно
2	Microsoft Office Standard 2019 В составе: Word Excel Power Point	Контракт №175- 262ЭА/2019 От 30.12.2019	150 лицензий для активации на рабочих станциях	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)

	Outlook			
3	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition	Договор № 99-155ЭА-223/2024	-	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Антиплагиат.ВУЗ	Контракт от 11.05.2023 № 19-343К/2023	не ограничено, лимит проверок 10000	19.05.2024

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Введение в экономическую теорию и институциональную экономику	<i>Знает:</i> – основные понятия и концепции экономической теории и институциональной экономики. <i>Умеет:</i> – использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса; – уметь применять на практике полученные знания при анализе формальных и качественных экономических моделей. <i>Владеет:</i> – методами работы с научно-технической, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по экономической теории и институциональной экономике; – методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и институциональной экономики	Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>
Раздел 2. Теоретические проблемы микроэкономики и институциональной экономики.	<i>Знает:</i> – основные понятия и концепции экономической теории и институциональной экономики; – основные теоретические разработки по формированию моделей национального экономического развития в контексте международной экономической интеграции государств мирового сообщества. <i>Умеет:</i> – проводить анализ рынка, используя экономические модели; – использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса. <i>Владеет:</i>	Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>

	– методами работы с научно-технической, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по экономической теории и институциональной экономике.	
Раздел 3. Экономическая эффективность и несовершенство (провалы) рынка в экономической теории и институциональной экономики.	<i>Знает:</i> – основные теоретические разработки по формированию моделей национального экономического развития в контексте международной экономической интеграции государств мирового сообщества. <i>Умеет:</i> – уметь применять на практике полученные знания при анализе формальных и качественных экономических моделей; – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий. <i>Владеет:</i> – методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и институциональной экономики.	Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>
Раздел 4. Общественное воспроизводство (национальная экономика).	<i>Знает:</i> – основные понятия и концепции экономической теории и институциональной экономики; – основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики; – основные тенденции развития ведущих экономически развитых государств и основных групп развивающихся стран. <i>Умеет:</i>	Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>

	– использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач. <i>Владеет:</i> – методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и институциональной экономики.	
Раздел 5. Основы теории макроэкономического равновесия и макроэкономической нестабильности.	<i>Знает:</i> – основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики; – основные тенденции развития ведущих экономически развитых государств и основных групп развивающихся стран. <i>Умеет:</i> – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; – использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач. <i>Владеет:</i> – методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и	Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i>

	институциональной экономики; – навыками разработки новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области экономической теории и институциональной экономики	
Раздел 6. Макроэкономическая политика в открытой экономике и институциональная экономика	<i>Знает:</i> – основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики; – основные тенденции развития ведущих экономически развитых государств и основных групп развивающихся стран. <i>Умеет:</i> – выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий; – использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач. <i>Владеет:</i> – навыками разработки новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области экономической теории и институциональной экономики	Оценка за контрольную работу Оценка за экзамен

13. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с:

- Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева», принятым решением Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева от 28.12.2022, протокол № 5;

- Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса (утверждены заместителем Министра образования и науки РФ А.А. Климовым от 08.04.2014 № АК-44/05вн).

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Экономическая теория и институциональная экономика»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг и рыночная аналитика»

наименование ООП

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.
		протокол заседания Ученого совета №_____от «___»_____20__г.



РХТУ им. Д.И. Менделеева
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ПРОСТОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Владелец: *Комарницкая Елена Анатольевна*
Проректор по образованию,
Ректорат

Подписан: 02:07:2025 13:54:42