

Программа составлена:

д.филос.н., проф., зав.кафедрой философии Черемных Н.М.;

к.филос.н., профессором кафедры философии Клишиной С.А.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры философии

«23» мая 2022 г., протокол № 10

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, с рекомендациями методической комиссии и накопленного опыта преподавания дисциплины кафедрой философии РХТУ им. Д. И. Менделеева.

Программа относится к обязательной части 1 блока дисциплин учебного плана (Б1.Б.02) и рассчитана на изучение в течение одного семестра на 1 году обучения.

Цель дисциплины «Философия» – сформировать у студентов комплексное представление о роли и месте философии в системе гуманитарных, социальных и естественных наук, познакомить их с основами философского знания, необходимыми для решения теоретических и практических задач.

Обозначенной целью определяются следующие **задачи дисциплины**:

- формирование научных основ мировоззрения студентов;
- формирование навыков логического, методологического и философского анализа развития и функционирования различных сфер жизни общества, его социальных институтов;
- формирование умений использовать философские знания в профессиональной деятельности будущих специалистов;
- формирование творческого мышления, самостоятельности суждений, интереса к отечественному и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и преумножению.

Дисциплина «Философия» читается 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
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества социально-историческом, этическом философском контекстах	УК-5.1. Знает основные закономерности исторического процесса и этапы исторического развития России; УК-5.2. Знает нравственные ценности, представления о совершенном человеке в различных культурах; УК-5.3. Умеет осмысливать социально-политические процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;

		УК-5.4. Умеет грамотно вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по значимым философским проблемам современной жизни, опираясь на наработанный в истории философии материал
--	--	--

В результате освоения дисциплины студент бакалавриата должен:

знать: основное содержание главных философских школ и направлений, представителей этих школ, связь и различие их философских идей, связь историко-философских концепций с современными проблемами индивидуальной и общественной жизни;

уметь: понимать и анализировать мировоззренческие, социальные и индивидуальные проблемы современной жизни; грамотно вести дискуссию, анализировать особенности межкультурного взаимодействия, обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем, опираясь на наработанный в истории философии материал; применять полученные философские знания к решению профессиональных задач;

владеть: представлениями о философии как науке и системе ценностей, ее месте в системе гуманитарного знания; основами философского мышления; категориальным аппаратом изучаемой дисциплины, философскими методами анализа различных проблем, навыками философской культуры для выработки системного, целостного взгляда на действительность и место химии и химической технологии в целостной картине мира.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ.

Виды учебной работы	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. Ч.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	5	180	135
Контактная работа (КР):	1,33	48	36
Лекции (Лек)	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Самостоятельная работа (СР):	2,67	96	72
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,67	96	72
Вид контроля:	Экзамен		
Экзамен	1	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	1	0,4	0,3
Подготовка к экзамену		35,6	26,7

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Курс «Философии» состоит из двух частей – «История философии» и «Философия: основные проблемы».

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Часов				
		Всего часов	Лек-ции	Практ. занятия	Самост. работа	Экза-мен
1	История философии	94	18	10	66	

1.1	Введение. Философия, ее происхождение и роль в обществе	12	2	2	8	
1.2	Раздел 1. Основные философские школы	82	16	8	56	
1.2.1	Античная философия	14	2	2	10	
1.2.2	Основные проблемы средневековой философии и эпохи Возрождения	10	2	-	8	
1.2.3	Философия Нового времени. Идеология Просвещения	12	2	2	8	
1.2.4	Немецкая классическая философия	12	2	2	8	
1.2.5	Русская философия	10	2	-	8	
1.2.6	Основы марксистской философии	10	2	-	8	
1.2.7	Основные направления современной философии	14	4	2	8	
2	Философия: основные проблемы	50	14	6	30	
2.1	Раздел 2. Философские концепции бытия и познания	14	4	2	8	
2.2	Раздел 3. Проблемы человека в философии	14	4	2	8	
2.3	Раздел 4. Философия истории и общества	14	4	2	8	
2.4	Раздел 5. Философские проблемы химии и химической технологии	8	2	-	6	
	Подготовка к экзаменам	36				36
	Всего часов	180	32	16	96	36

4.2 Содержание разделов дисциплины

1. ИСТОРИЯ ФИЛОСОФИИ

Введение. Философия, ее происхождение и роль в обществе.

Возникновение философии в древних цивилизациях: Индии, Китае, Греции в VI веке до н. э. Мифология и зачатки научного знания как предпосылки философии. Социальные условия возникновения философии.

Философия как особая форма общественного сознания. Философия и другие формы общественного сознания: политика, право, мораль, религия, искусство. Философия и философские дисциплины (логика, этика, эстетика, философия права и т.д.).

Объекты и предмет философии. Изменение предмета философии в различные исторические эпохи. Философия и идеология. Философия как рационально оформленная система взглядов человека на мир, на себя и на свое место в мире.

Роль философии в формировании теоретического мировоззрения. Методологическая функция философии. Философия и ценности. Связь историко-философских концепций с современными проблемами межкультурного взаимодействия.

Раздел 1. Основные философские школы.

1.1. Античная философия (досократики, софисты, Сократ, Демокрит, Платон, Аристотель, эллинистически-римская философия)

Поиски первоначал бытия в греческой натурфилософии. Проблема единого и многого. Милетская школа. Пифагор и философия числа. Элейская школа Ксенофана и Парменида. Тожество бытия и мышления. Аргументы Зенона против движения.

Софисты и Сократ. Философия как образ жизни.

Атомы и пустота как первоначала бытия у Демокрита. Значение Демокрита в развитии древнегреческого и последующего материализма.

Учение Платона о бестелесных «видах» («идеях») как учение объективного идеализма. «Бытие» («идеи»), «небытие» («материя») и мир чувственных вещей. Дуализм души и тела. Учение Платона о знании. Учение о государстве и о воспитании.

Учение Аристотеля о четырех причинах (началах). Натурфилософия Аристотеля, его физика и космология. Логика Аристотеля. Учение об обществе и государстве. Психология и этика Аристотеля.

Эллинистическая философия. Эпикуреизм, стоицизм, скептицизм как итог всей истории античной философии.

1.2. Основные проблемы средневековой философии и эпохи Возрождения.

Возникновение христианства, его влияние на общество и философию. Истоки христианской философии. Основные этапы развития средневековой философии: патристика и схоластика.

Патристика. Креационизм (идея творения) – основа патристической онтологии. Философия Августина. Проблема соотношения знания и веры. Учение Августина о личности.

Схоластика. Философия Фомы Аквинского – попытка приспособить философию Аристотеля к учению католической церкви. Учение о гармонии разума и веры. «Естественная теология» Фомы Аквинского и его «доказательства» бытия Бога.

Борьба номинализма и реализма: Ансельм Кентерберийский, Пьер Абеляр, Фома Аквинский, Иоанн Дунс Скот, Уильям Оккам.

Философия гуманизма. Натурфилософия и диалектика Возрождения (Николай Кузанский, Пико делла Мирандола, Эразм Роттердамский, Мишель Монтень, Джордано Бруно). Социально-политические учения (Никколо Макиавелли, Томас Мор, Томмазо Кампанелла).

1.3. Философия Нового времени (XVII – XVIII вв.) Идеология Просвещения

Эмпиризм и рационализм – основные направления философии Нового времени. Ф. Бэкон – основоположник эмпиризма. Роль методологии в научном познании. Разработка индуктивного метода. Учение о призраках ума. Классификация наук. Социально-политические идеи. Р. Декарт – основоположник рационализма Нового времени. Учение о методе. Дуализм Декарта – учение о двух субстанциях.

Линия эмпиризма (Т. Гоббс, Дж. Локк, Дж. Беркли, Д. Юм). Теория общественного договора Т. Гоббса.

Дж. Локк. Учение о чувственном опыте как единственном источнике знания (сенсуализм). Критика Локком учения о врожденных идеях. Теория первичных и вторичных качеств. Социально-политические взгляды Локка.

Дж. Беркли. Критика понятия субстанции. Утверждение о субъективности первичных качеств. Вещи как «комплексы ощущений».

Давид Юм – основоположник принципов новоевропейского скептицизма. Критика Юмом понятия объективной причинности.

Линия рационализма (Б. Спиноза, Г. Лейбниц). Учение Спинозы о субстанции, монизм и пантеизм; учение о человеке, свободе и необходимости. Учение о монадах Г. Лейбница. Идеализм и априоризм теории познания Лейбница.

Философия эпохи Просвещения. Основные представители французского материализма XVIII века: Ж. Ламетри, Д. Дидро, К. Гельвеций, П. Гольбах. Основные черты французского материализма. Социально-политические идеи мыслителей эпохи Просвещения.

1.4. Немецкая классическая философия

Немецкая классическая философия (Кант, Фихте, Шеллинг, Гегель) – общая характеристика.

И. Кант. Докритический и критический периоды в творчестве Канта. «Критика чистого разума» – учение о возможностях человеческого разума. «Коперниканский переворот» в философии. Учение Канта о «вещах в себе» и «явлениях». Познавательные способности человека: чувственность, рассудок и разум. «Критика практического разума» – учение Канта о нравственности; кантовский категорический императив. «Критика способности суждения» как попытка преодолеть разрыв между миром сущего и миром должного. Кант и телеология. Учение Канта о прекрасном, вкусе, гении.

Философия Фихте. Особенности философии Шеллинга.

Г. Гегель. Объективный идеализм и диалектика. Учение о саморазвитии абсолютной идеи. Основные черты гегелевской диалектики. Законы и категории диалектики. Учение об историческом прогрессе, государстве, праве и свободе.

Антропологический материализм Л. Фейербаха.

1.5. Русская философия XIX – XX вв.

Западники и славянофилы. Спор о путях развития России и его современное наполнение. Материализм русских революционных демократов и их борьба против идеализма (Белинский, Герцен, Огарев, Чернышевский, Добролюбов, Писарев).

Историософия Константина Леонтьева.

Вл. Соловьев. Мистико-максималистская проповедь «теургического делания», призванного к «избавлению» материального мира от разрушительного воздействия времени и пространства, преобразованию его в «нетленный» космос красоты. Теократическая утопия. Философская доктрина «всеединства» и религиозно-поэтическое учение о Софии.

Бердяев Н.А. – представитель персонализма и экзистенциализма. Учение о свободе. Творчество, преодолевающее отчуждение и внеположенность объектов человеку. Личность как средоточие всех душевных и духовных способностей человека, его «внутренний экзистенциальный центр». Конфликт между личностью и объективацией – главное содержание учения Бердяева о человеке и обществе.

«Конкретная метафизика» П. А. Флоренского.

Русский философский космизм конца XIX – начала XX веков (Н. Федоров, Вл. Соловьев, К. Циолковский, П. Флоренский, А. Чижевский, В. Вернадский и др.).

Социокультурные особенности и традиции русского народа.

1.6. Основы марксистской философии

Учение Маркса об отчуждении. Отчуждение родовой сущности человека. Отчуждение от собственности на средства производства, отчуждение от организации труда, в процессе труда, в распределении, обмене (товарный фетишизм). Отчуждение не только рабочего, но и собственника средств производства. Самоотчужденность. Отчужденность социальных институтов. Преодоление отчуждения.

Сущность материалистического понимания истории: определяющая роль производственных отношений. Закон возрастания роли народных масс в историческом процессе. Понятие общественно-экономической формации. Базис и надстройка. Теория классовой борьбы. Марксизм и современность.

Концепция человека и личности в марксизме.

1.7. Основные направления современной философии

Позитивизм и неопозитивизм. Актуальные философско-методологические проблемы: роль знаково-символических средств научного мышления, отношение теоретического аппарата и эмпирического базиса науки, природа и функция математизации и формализации знания.

Постпозитивизм. Понятие «критический рационализм». Фальсификационизм и антикумулятивизм Поппера. Принцип «фаллибилизма». Способ выдвижения гипотез. Метод проб и ошибок. Концепция научных революций Куна. Понятие научного сообщества и научной парадигмы. Понимание истины у Куна.

Герменевтика. Основные проблемы: герменевтический круг, традиция, авторитет, языковость и др. Герменевтика как методологическая основа гуманитарного знания.

Иррационалистическая философия. А. Шопенгауэр. Учение о воле.

Ф. Ницше и философия жизни. Экзистенциализм. Основные экзистенциалы: экзистенция, присутствие, время, страх, свобода, заброшенность, пограничная ситуация.

Фрейдизм и неофрейдизм. Постмодернизм.

2. ФИЛОСОФИЯ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Раздел 2. Философские концепции бытия и познания

Онтология и ее предмет. Бытие и небытие как фундаментальные категории онтологии. Проблема бытия в истории философии.

Проблема материи и субстанции в философии. Бытие, материя, природа: различие и связь. Понятия материального и идеального. Понятие материи в современной науке и философии. Основные философские направления: материализм и идеализм. Монистические, дуалистические и плюралистические концепции бытия.

Научные, религиозные и философские картины мира. «Вторая», искусственная природа. Экологическая философия. Биоэтика. Принцип глобального эволюционизма в современной научной картине мира.

Структурная и динамическая организация бытия. Движение и развитие. Формы движения материи. Диалектика как философская концепция развития. Детерминизм и индетерминизм. Законы динамические и статистические. Вероятностная картина мира. Виртуальная реальность и ее особенности.

Концепции пространства и времени в истории философии и науки.

Эволюция понятий «дух», «душа», «сознание». Проблемы духа и материи. Проблема происхождения сознания. Роль труда в происхождении сознания. Идеалистические и материалистические концепции сознания. Сознание и мозг. Психофизическая проблема. Сознательное и бессознательное. Сознание и язык. Сознание и самосознание. Сознание и кибернетика. Компьютер и человек. Формализованные языки, машинные языки.

Предмет гносеологии. Концепции гносеологии в истории философии: сенсуализм, рационализм, скептицизм, агностицизм, концепция врожденных идей, априоризм. Субъект и объект познания. Познание, творчество, практика. Вера и знание. Диалектика познания: чувственное и рациональное. Интуиция и творчество. Понимание и объяснение.

Проблема истины. Основные теории истины. Классическая теория истины и ее альтернативы (конвенционализм, когерентная, корреспондентская, «экономика мышления», религиозные концепции, прагматическая, марксистская). Типология критериев истины.

Раздел 3. Проблемы человека в философии

Человек как предмет философского анализа в истории философии. Происхождение человека: природные и социальные условия антропосоциогенеза. Человек, общество, культура. Человек и природа. Биологическое и социальное в человеке. Биологизаторство и социологизаторство. Биология человека в эпоху НТР. Человек в информационной цивилизации.

Человек в системе социальных связей. Сущность человека. Представление о совершенном человеке в различных культурах. Индивид, индивидуальность, личность.

Смысл жизни и предназначение человека. Жизнь, смерть, бессмертие. Насилие и ненасилие. Движение ненасилия, его судьба и роль в современной жизни. Цели и ценности. Свобода воли и ответственность личности. Нравственные, религиозные, эстетические ценности. Свобода совести. Мораль, справедливость, право.

Современная философская антропология. Интеграция знаний о человеке. Иррационалистическая трактовка человека. Человек в философии постмодернизма.

Раздел 4. Философия истории и общества

Человек в системе социальных связей. Человек и исторический процесс. Личность и массы, свобода и необходимость.

Философия истории: формационная и цивилизационная концепции исторического развития. Прогрессистские и циклические модели развития. Современная идеология прогресса. Глобальные проблемы современности. Концепция устойчивого развития и сценарии будущего. «Ловушки» прогресса. Технологический детерминизм. Теория информационного роста (А.Тоффлер, Э. Масуда, М. Мак-Люэн). Идея «конца истории» и ее критика.

Природа и общество, различие и связь. Общество и его структура. Социальная, политическая и духовная сферы общества. Концепции государства в истории философской мысли. Политика и власть. Сущность, типы и формы государства. Гражданское общество и правовое государство. Современная олигархия. Государство и партии. Политические режимы и права личности. Современный фашизм. Либерализм, демократия, правовое государство.

Раздел 5. Философские проблемы химии и химической технологии

Научное и вненаучное знание. Критерии научности. Структура научного знания, его методы и формы. Рост научного знания. Научные революции и смена типов рациональности. Наука в современном мире. Этика науки и ответственность ученого.

Проблема соотношения науки и техники. Социальные последствия научно-технического прогресса. Сциентизм и антисциентизм. Этические и экологические императивы развития науки и техники.

Место химии в системе естественных наук. Основная проблема химии как науки и производства. Эволюция основной проблемы химии и способов ее решения. Специфика химизма.

Эволюция, цели и задачи химической технологии. Специфика химико-технологического знания: фундаментальное и прикладное, эмпирическое и теоретическое.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен	Раз-дел 1	Раз-дел 2	Раз-дел 3	Раз-дел 4	Раз-дел 5
	Знать					
1.	основное содержание главных философских школ и направлений, представителей этих школ, связь и различие их философских идей	+	+	+	+	+
2	связь историко-философских концепций с современными проблемами индивидуальной и общественной жизни;	+	+	+	+	+
	Уметь					

3	понимать и анализировать мировоззренческие, социальные и индивидуальные проблемы современной жизни		+	+	+	+	
4	грамотно вести дискуссию, анализировать особенности межкультурного взаимодействия, обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем, опираясь на наработанный в истории философии материал	+			+	+	
5	применять полученные философские знания к решению профессиональных задач				+	+	
	Владеть						
6	представлениями о философии как науке и системе ценностей, ее месте в системе гуманитарного знания, а также основами философского мышления	+	+	+	+	+	
7	категориальным аппаратом изучаемой дисциплины		+	+	+	+	
8	философскими методами анализа различных проблем,			+	+	+	
9	навыками философской культуры для выработки системного, целостного взгляда на действительность и место химии и химической технологии в целостной картине мира		+	+	+	+	
	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие универсальные компетенции и индикаторы их достижения						
1 0	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Осуществляет поиск информации; УК-1.2. Способен осуществлять критический анализ и синтез информации; УК-1.3. Использует системный подход для решения поставленных задач.				+	+
	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. Определяет круг задач в рамках поставленной цели; УК-2.2. Выбирает оптимальные способы решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений			+	+	

1 0	УК-5. Способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом философском контекстах	УК-5.1. Владеет информацией о разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;	+	+	+	+	
		УК-5.2. Объективно оценивает разнообразие культур и выявляет их индивидуальные особенности;			+	+	+
		УК-5.3. Умеет понимать и анализировать мировоззренческие, социальные и индивидуальные проблемы современной жизни;			+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Примерные темы практических занятий по дисциплине

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.1	Философия, ее происхождение и роль в обществе	2
2	1.2.1	Античная философия	2
3	1.2.3	Философия Нового времени. Эпоха Просвещения.	2
4	1.2.4	Немецкая классическая философия	2
5	1.2.7	Основные направления современной философии	2
6	2.1	Философские концепции бытия и познания	2
7	2.2	Проблемы человека в философии	2
8	2.3	Философия истории и общества	2

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

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

- регулярную проработку пройденного на лекциях и подготовку к практическим занятиям и выполнению контрольных, домашних работ и тестовых заданий по разделам дисциплины;
- ознакомление и проработку рекомендованной литературы и работу с электронно-библиотечными системами;
- участие в олимпиаде по философии и студенческой конференции;
- написание рефератов и эссе;

- 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), реферата (максимальная оценка – 20 баллов) и оценки за экзамен.

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. Философия и мифология: связь и различие.
2. Понятие мировоззрения. Структура мировоззрения.
3. Социально-политическая жизнь в Древней Греции и ее влияние на философию.
4. Решены ли парадоксы Зенона?
5. Атомистическая теория Левкиппа и Демокрита и современный атомизм.
6. Сократ и мы. Уроки философии Сократа.
7. Платон о смысле любви. Диалог «Пир».
8. Физика Аристотеля и современная физика.
9. Эпикурейский идеал добродетельной и счастливой жизни.
10. Университеты и образование в Средние века.
11. Модель человека в христианской философии.
12. Натурфилософия Возрождения. Пантеизм.
13. Алхимия в контексте средневековой культуры.
14. Н. Макиавелли. Трактат «Государь».
15. Научная революция XVII века и ее особенности.
16. Галилео Галилей как ученый и философ.
17. От алхимии – к научной химии. Творчество Роберта Бойля.
18. Учение Д. Локка о первичных и вторичных качествах в свете современной химии. .
19. Вольтер и свободомыслие в эпоху Просвещения.
20. Руссо и Робеспьер. Руссо о «ловушках» демократии.
21. Жизнь и творчество Иммануила Канта.
22. «Категорический императив» И. Канта и его современное значение.
23. Н.А. Бердяев об особенностях русского национального характера.
24. Модель истории в философии Н.Я. Данилевского. Россия и Европа.
25. Русский космизм и концепция устойчивого развития современного общества.
26. Философские идеи ранних работ К. Маркса и Ф. Энгельса.
27. А. Шопенгауэр. Жизнь между страданием и скукой.
28. Ф. Ницше о человеке и сверхчеловеке. Критика морали и христианства.
29. З. Фрейд: сознание, бессознательное и поведение человека.
30. Учение о свободе в философии Ж.-П. Сартра.
31. Философский смысл романа «Чужой» и повести «Падение» А. Камю.
32. Принцип верификации и его роль в науке и философии.
33. Парадигмы Т. Куна и логика развития химии.
34. Мировоззренческий смысл понятий бытия и небытия.

35. Современная физика о видах материи и их взаимосвязи.
36. Является ли вакуум материей?
37. Виртуальная реальность – реальность ли?
38. Проблема реальности различных форм пространства и времени. Можно ли говорить о химическом времени?
39. Хаос и космос. Термодинамика неравновесных систем И. Пригожина. Проблема самоорганизации.
40. Проблемы духовной жизни современной молодежи.
41. Проблема создания искусственного интеллекта.
42. Классическая концепция истины и ее современные варианты.
43. Модель будущего человека в антиутопиях Замятина, Хаксли, Оруэлла.
44. Современная музыка и ее влияние на духовную жизнь молодежи.
45. Психоделическая революция. Проблема наркотиков в современном мире.
46. Ж.-П. Сартр: онтология свободы и ответственности.
47. Проблема свободы и смысла жизни в эссе А. Камю «Миф о Сизифе».
48. Смысл жизни, смерть и бессмертие.
49. Феномен «массового человека» в работе Х. Ортеги-и-Гассета «Восстание масс».
50. Феномен «одномерного человека» в одноименной работе Г. Маркузе.
51. Геополитическая философия Л.Н. Гумилева.
52. Особенности информационной цивилизации.
53. Работа Ф. Фукуямы «Конец истории» – наука или провокация?

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольные работы (1 контрольная работа по первому разделу, 2 контрольная работа – по разделам 2-3, 3 контрольная работа – по разделам 4-5). Максимальная оценка за контрольные работы составляет 40 баллов.

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

Вариант 1.

- 1. Какое из следующих положений точнее выражает сущность мировоззрения?**
 - а) совокупность естественнонаучных и гуманитарных знаний;
 - б) научная картина мира;
 - в) общее понимание мира и смысла человеческой жизни
- 2. Родиной термина «философия» является ...**
 - а) Древняя Индия
 - б) Древний Китай
 - в) Древняя Греция
 - г) Древний Рим
- 3. Кто из философов первым употребил термин «философия»?**
 - а) Сократ
 - б) Пифагор
 - в) Гераклит
 - г) Платон
- 4. Мудрецы говорили, что небо, земля, Боги и люди поддерживаемы порядком, и именно поэтому все это они называли космосом. О каких мудрецах здесь идет речь?**
 - а) пифагорейцы;
 - б) элеаты;
 - в) атомисты.

5. *«Морская вода - чистойшая и грязнейшая: рыбам она питательна и спасительна, людям же она не пригодна для питья и пагубна». Кому из античных философов принадлежит это высказывание?*

- а) Платону;
- б) Гераклиту;
- в) Пармениду.

6. *Кто из перечисленных философов не принадлежал к Милетской школе?*

- а) Фалес
- б) Гераклит
- в) Анаксимандр
- г) Анаксимен

7. *Какому философу античности принадлежит следующее высказывание:*

«Одно и то же есть мысль и то, о чем мысль существует.

Ибо ведь без бытия, в котором ее выражение, мысли тебе не найти?»

- а) Гераклиту;
- б) Фалесу;
- в) Пармениду.

8. *Известный американский физик, лауреат Нобелевской премии Ричард Фейнман, имея в виду греческую философию, писал: «Если бы в результате какой-то мировой катастрофы все накопленные научные знания оказались бы уничтоженными и к грядущим поколениям ...перешла бы только одна фраза, то какое утверждение, составленное из наименьшего количества слов, принесло бы наибольшую информацию?» Какое суждение древних имел в виду Фейнман?*

- а) Познай самого себя
- б) Вода есть наилучшее
- в) Все тела состоят из атомов
- г) Число есть самое мудрое из вещей

9. *Вычеркните лишнее имя...*

- а) Фалес
- б) Анаксимандр
- в) Гераклит
- г) Анаксимен

10. *Кто автор определения «человек – политическое животное»?*

- а) Сократ
- б) Платон
- в) Аристотель
- г) Эпикур

Вариант 2.

1. *«Познай самого себя». Какой философ сделал это девизом своей школы?*

- а) Фалес
- б) Сократ
- в) Пифагор
- г) Аристотель²

2. *Кто из названных философов впервые ставит проблему человека в центр интересов?*

- а) Фалес
- б) Гераклит
- в) Сократ
- г) Платон

3. *Кому принадлежит идея познания как припоминания (анамнесис)?*

- а) Демокриту
- б) Гераклиту

- в) Пифагору
г) Платону
- 4. Античный философ, создавший логику как науку...**
а) Платон
б) Сократ
в) Парменид
г) Аристотель
- 5. Христианское понимание смысла жизни заключается в...**
а) материальном обогащении
б) спасении
в) преобразовании мира
г) накоплении знаний
- 6. IX – XIV вв. средневековой европейской философии называют этапом...**
а) апологетики
б) схоластики
в) патристики
г) софистики
- 7. В основе философии Дж. Бруно лежит...**
а) натурализм
б) гедонизм
в) пантеизм
г) деизм
- 8. Автор работы «Государь»...**
а) Томас Мор
б) Эразм Роттердамский
в) Никколо Макиавелли
г) Томмазо Кампанелла
- 9. Автор знаменитой «Исповеди», великий христианский мыслитель...**
а) Иоанн Росцеллин
б) Аврелий Августин
в) Фома Аквинский
г) Уильям Оккам
- 10. Идейное течение, появившееся в эпоху Возрождения, называется...**
а) персонализмом
б) космизмом
в) гуманизмом
г) утилитаризмом

Вариант 3

- 1. Философские течения, оформившиеся в Новое время, называются...**
а) материализм – идеализм
б) диалектика – метафизика
в) эмпиризм – рационализм
- 2. Кому из философов Нового времени принадлежит изречение «Мысль, следовательно, существую»?**
а) Ф.Бэкону
б) Д. Локку
в) Р. Декарту
г) Д. Беркли
- 3. Демокрит считал, что «мнимы боль, горький вкус, жара, холод, цвет, истинны лишь атомы и пустота». Какую теорию Локка предвосхитил Демокрит своим знаменитым высказыванием?**

- а) теорию познания
- б) теорию первичных и вторичных качеств;
- в) теорию врожденных идей.

4. *«Нет ничего в разуме, чего первоначально не было бы в чувствах». Принципом какой философской позиции является это высказывание Дж. Локка?*

- а) рационализма;
- б) сенсуализма;
- в) материализма

5. *Автором работы «Левиафан» является...*

- а) Ф. Бэкон
- б) Б. Спиноза
- в) Т. Гоббс
- г) Дж Беркли

6. *Кому принадлежит высказывание «Не плакать, не смеяться, не негодовать, а понимать»?*

- а) Т. Гоббсу
- б) Дж. Беркли
- в) Б. Спинозе

7. *Автор «Трактата о началах человеческого знания»...*

- а) Т. Гоббс
- б) Р. Декарт
- в) Дж. Беркли
- г) Д. Юм

8. *Договорная теория происхождения государства разработана...*

- а) Сократом, Платоном, Аристотелем
- б) Дидро, Гельвецием, Гольбахом
- в) Гоббсом, Локком, Руссо
- г) Марксом, Энгельсом, Лениным

9. *В качестве подлинно научного метода познания Ф. Бэкон утверждает ...*

- а) дедукцию
- б) обобщение
- в) индукцию

10. *Заблуждения человеческого ума Ф. Бэкон назвал...*

- а) эйдосами
- б) идолами
- в) феноменами

Разделы 2-3. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 1 баллу за вопрос.

Вариант 1

Понятия бытия и небытия впервые появляются в философии ...

- Гераклита
- Парменида
- Платона

Материалистами были...

- Платон
- Демокрит
- Гегель
- Маркс

Идеалистами были...

Спиноза
Платон
Беркли
Фома Аквинский

С позиций марксистской философии материя есть...

субстанция природы
все, что нас окружает
комплекс ощущений
объективная реальность, данная в ощущениях

Что из перечисленного не является материальным?

свет
эмоции
вакуум
научные законы

Что из перечисленного не является атрибутом материи?

пространственная протяженность
движение
несотворимость и неуничтожимость
мышление

Какое суждение верно?

движение абсолютно, а покой относителен
движение и покой и абсолютны, и относительны в зависимости от системы отсчета
покой есть частный случай движения

Развитие – это.....

всякое изменение
регресс
прогрессивное изменение
направленное, необратимое изменение

Три основных закона диалектики сформулировал...

Гераклит
Кант
Гегель
Маркс

С точки зрения Ньютона время – это.....

вечность
форма чувственного созерцания
абсолютная, не зависящая материи длительность
форма бытия движущейся материи

Вариант 2

Какой из этих атрибутов является атрибутом сознания...

пространственная протяженность
масса
мышление
неуничтожимость

Сознание считается материальным в концепциях:

вульгарного материализма
марксизма
идеализма

Кто сделал бессознательное предметом анализа:

Кант
Ницше
Фрейд

Сомнение в возможности человека получить истинные знания высказывали...

идеалисты
скептики
агностики

Какую позицию выражает гносеологический материализм?

мышление тождественно бытию
познание есть самопознание духа
познание есть отражение бытия (материи)

Отражение какого-либо одного свойства предмета есть...

восприятие
понятие
ощущение

К какому виду относится умозаключение, в котором степень общности посылок больше степени общности вывода:

индуктивное
дедуктивное
традуктивное

Корреспондентская теория истины утверждает, что истина – это.....

согласие по поводу знания
вера
знание, соответствующее реальности
знание, приносящее практическую пользу

Какой концепции истины отвечает высказывание Платона: «...тот, кто говорит о вещах в соответствии с тем, каковы они есть, говорит истину, тот же, кто говорит о них иначе, - лжет...»:

классической
прагматической
конвенционалистской

Что из перечисленного не является формой научного знания....

эмпирические факты
законы
гипотезы и теории
обыденный опыт

Разделы 4-5. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 4 вопроса, по 5 баллов за вопрос.

1. Аристотель писал, что человек – это политическое животное. Исчерпывается ли сущность человека таким определением?
2. Разделены ли по времени антропогенез и социогенез?
3. Ницше писал, что человек произошел от большой обезьяны. Что имел в виду Ницше?
4. Как назвал современного человека Герберт Маркузе в одноименном трактате? Что он имел в виду?
5. Что означает феномен «массового человека» в современной философии и культуре?
6. Итальянский врач Чезаре Ломброзо считал, что преступники обладают врожденными анатомио-физиологическими предопределенностями. О каких предопределенностях будущих преступников писал Ломброзо и какую концепцию в трактовке человека он представлял?

7. Основоположник теории утилитаризма в этике Иеремия Бентам считал, что фундаментальный вопрос нравственности прост: приносит ли мне какой-то поступок удовольствие. Прокомментируйте это мнение.
8. Согласно распространенной трактовке утилитаризма, лучше быть счастливой свиньей, чем несчастливым философом. Вызывает у вас такая мысль протест? Если – да, то почему?
9. А. Эйнштейн писал: «Только нравственность в наших поступках придает красоту и достоинство нашей жизни». Какой этической концепции соответствует такая позиция?
10. Означает ли факт частого нарушения правил и канонов этики, что эти правила не являются истинными?
11. Как вы понимаете афоризм Пифагора: «Не гоняйся за счастьем, оно всегда в тебе самом»?
12. Способность человека думать о своей смерти – это признак малодушия или смелости?
13. Что такое аксиология?
14. Каковы представления о ценностях в античности? В христианстве?
15. Каков вклад Канта в учение о ценностях?
16. Русский религиозный философ, священник Павел Флоренский писал: «Лицо меняется, лик – нет». Как вы понимаете это высказывание?
17. Как вы понимаете слова Ж.- П. Сартра «Человек есть проект самого себя»?
18. Есть ли основания считать, что появление человека неразрывно связано с развитием жизни на Земле?
19. Что означает выражение «личностью не рождаются, личностью становятся»?
20. Когда возникла философская антропология как самостоятельная отрасль знания? Назовите основоположников философской антропологии.
21. Назовите основные видовые признаки человека. Меняются ли они в ходе эволюции?
22. Какие еще факторы, кроме труда, имели важнейшее значение в становлении человека и общества?
23. Какие концепции в философии и науке являются характерными для биологизаторства и социологизаторства?
24. Что означает принцип свободы совести? Как он представлен в Конституции Российской Федерации?
25. В чем отличие природы и общества? Назовите основные отличительные признаки.
26. Возможна ли наука об обществе?
27. Как соотносятся друг с другом человек и общество?
28. Чем отличаются всеобщая история человечества и философия истории?
29. Какую концепцию истории выразил греческий драматург Софокл: «Нынче горе, завтра счастье – как Медведицы небесной круговорота извечный ход»?
30. Почему немецкий культуролог Оствальд Шпенглер назвал западно-европейскую культуру фаустовской?
31. Какая идея объединяет культурологическую концепцию истории О. Шпенглера и цивилизационную концепцию А. Тойнби?
32. Гегель внес в формулу прогресса свободу. Как понимал свободу Гегель?
33. Одна из работ социолога Питирима Сорокина называется «Социологический прогресс и принцип счастья». Можно ли счастье вносить в формулу прогресса?
34. Назовите основные признаки информационного общества?
35. Какие проблемы современности являются глобальными?
36. Каковы основные признаки государства?
37. В чем отличие понятий «государство» и «гражданское общество»?
38. Можно ли устранить государство? И если нет – обязаны ли мы ему подчиняться?
39. Возможно ли гражданское общество без правового государства?
40. Что такое толерантность? Вы считаете себя толерантным человеком? Это природное качество или его можно воспитать?
41. Может ли либеральная демократия выжить в современном мире?

42. Каковы особенности политики в информационном обществе?
43. Охарактеризуйте теорию круговорота локальных, замкнутых цивилизаций английского историка Арнольда Тойнби. Чем она отличается от других теорий исторического круговорота?
44. Разделял ли прогрессистскую трактовку истории немецкий философ Карл Ясперс? В чем он видит смысл и назначение истории?
45. Какие ловушки и проблемы подстерегают нас в информационном обществе?
46. Можно ли определить политику как форму взаимодействия между теми, кто управляет, и теми, кем управляют?
47. Французский социалист, теоретик анархизма П.Ж. Прудон считал, что причинами насилия и социального хаоса являются не индивиды и не группы индивидов, а само государство. Были ли у него основания так считать?
48. Как соотносятся власть и нравственность? Можно ли говорить об их взаимодействии?
49. Назовите основные признаки демократии. Развитая юридическая система является сама по себе признаком демократии?
50. Охарактеризуйте особенности связи политики и экономики в современном обществе.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (2 семестр – экзамен)

Билет включает контрольные вопросы по разделам 1-5 рабочей программы дисциплины и включает 2 вопроса.

Вопрос 1 – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

1. Происхождение философии. Источники философии и понятие предфилософии.
2. Предмет философии, его специфика. Основные вопросы философии.
3. Понятие мировоззрения и его структура. Соотношение философии и мировоззрения.
4. Философия и: наука, политика, искусство, религия.
5. Античная философия: милетская школа, Гераклит.
6. Античная философия: элеаты (Парменид, Зенон).
7. Античная философия: Пифагор и его школа.
8. Античная атомистика, ее значение для науки.
9. Философия софистов. Сократ.
10. Объективный идеализм Платона.
11. Философия Аристотеля.
12. Эллинистически-римская философия.
13. Основные этапы и проблемы философии Средних веков.
14. Основные проблемы философии эпохи Возрождения.
15. Эмпиризм и рационализм в философии Нового времени: Ф. Бэкон и Р. Декарт.
- 16.. Учение о субстанции: Декарт, Спиноза.
17. Сенсуализм Дж. Локка.
- 18.. Субъективный идеализм Дж. Беркли и Д. Юма.
19. Социально-политическая философия Нового времени. Концепции государства, права, демократии.
20. Г.-В. Лейбниц и идеология Просвещения.
21. Проблемы гносеологии, этики и эстетики в философии И. Канта. Диалектика Канта.
22. Философия И.Г. Фихте.
23. Натурфилософия Шеллинга.
24. Система и метод в философии Гегеля.
25. Антропологический материализм Л. Фейербаха.
26. Спор западников и славянофилов и его историческое значение.
27. Русский религиозный идеализм. В.С. Соловьев.
28. Русский космизм.

29. Принципы марксистской философии.
30. Иррационалистические школы в философии конца XIX– начала XX вв.
31. Экзистенциализм.
32. Фрейдизм и неопрейдизм.
33. Позитивизм и его эволюция.
34. Основные проблемы философии постмодернизма.
35. Религиозная философия XX века.
36. Философский смысл проблемы бытия. Бытие и небытие.
37. Понятие субстанции и материи в современной науке и философии.
38. Основные философские направления: материализм и идеализм.
39. Взаимосвязь материи и движения. Движение и покой.
40. Формы движения материи и их взаимосвязь.
41. Движение и развитие. Диалектика как теория развития.
42. Детерминизм и индетерминизм в философии и науке. Вероятностная картина мира.
43. Концепции пространства и времени в истории философии и науки.
44. Принцип глобального эволюционизма в современной научной картине мира.
45. Социальные и культурные основания формирования сознания. Роль труда в происхождении сознания.
46. Сознание и язык. Функции языка в обществе.
47. Материальное и идеальное. Мозг и сознание.
48. Структура сознания. Сознание и бессознательное.
49. Сознание и самосознание. Образ «Я».
50. Проблема познания в истории философии: скептицизм, агностицизм, сенсуализм, рационализм.
51. Структура познания: диалектика чувственного и рационального. Эмпирическое и теоретическое
52. Основные концепции истины. Диалектика истины.
53. Структура научного знания; его методы и формы. Критерии научности.
54. Философские проблемы антропосоциогенеза.
55. Человек как предмет философского анализа в истории философии.
56. Проблема биологического и социального в человеке. Современная социобиология.
57. Человек, индивид, личность. Свобода и ответственность личности.
58. Место и роль эстетических, нравственных и религиозных ценностей в жизни человека.
59. Смысл жизни. Жизнь, смерть, бессмертие.
60. Природа и общество. Географический детерминизм, его истоки и эволюция.
61. Необходимость и свобода в историческом процессе. Роль личности в истории.
62. Циклические концепции исторического процесса (О. Шпенглер, Н. Я. Данилевский, А. Тойнби, Л. Н. Гумилев и др.).
63. Прогрессистская модель развития общества. Критерии и формулы прогресса.
64. Марксистская модель общества и истории.
65. Технологический детерминизм. Теория информационного общества.
66. Глобальные проблемы современности.
67. Социальная система общества. Социальные общности и группы.
68. Учение о государстве. Политика и власть. Государство и партии.
69. Гражданское общество и правовое государство.
70. Проблема толерантности в современном обществе.

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

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (2 семестр)

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

Пример билета

<p>«Утверждаю» зав. кафедрой философии Н.М. Черемных (Подпись) (И. О. Фамилия) « 23 » мая 2022 г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра философии</p>
	<p>Код и наименование направления подготовки: 38.03.02 – Менеджмент</p>
<p>Наименование дисциплины: Философия</p>	
<p>Билет № 1</p> <p>1. Происхождение философии. Источники философии и понятие предфилософии. 2. Философский смысл проблемы бытия. Бытие и небытие.</p>	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

9.1. Рекомендуемая литература.

А. Основная литература

1. Алейник Р.М., Клишина С.А., Корпачев П.А., Панин С.А. Философия истории и общества. Учебно-методическое пособие. М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2017. 44 с.
2. Клишина С.А., Панин С.А., Корпачев П.А. Философия, её предмет и функции. Учебно-методическое пособие. М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2016. 48 с.
3. Алейник Р.М., Алиева К.М., Клишина С.А., Корпачев П.А., Мартиросян А.А., Панин С.А., Черемных Н.М. История философии. Учебное пособие для студентов. М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2018. 280 с.

Б. Дополнительная литература

1. Алиева К.М., Клишина С.А., Черемных Н.М. Философская онтология: учение о бытии. Учебно-методическое пособие. М., РХТУ им Д.И. Менделеева, 2014. 60 с.
2. Алейник Р.М., Клишина С.А., Панин С.А., Черемных Н.М. Философия. Учебное пособие для студентов. М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2015. 88 с.
3. Мартиросян А.А., Панин С.А. Философские проблемы сознания и познания. Учебно-методическое пособие. М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2015. 64 с.
4. Голубинцев В.О, Данцев А.А., Любченко В.С. Философия для технических вузов. Ростов н/Д., 2010. 503 с.
5. Рассел Б. История западной философии. – М.: Миф, 1993. 512 с.
6. Реале Д., Антисери Д. Западная философия от истоков до наших дней: В 4 т. Т. 2. М., 1994-1997.

Научные журналы:

«Вопросы философии» ISSN 0042-8744

«Философские науки» ISSN 0235-1188

«Философские исследования» ISSN 0869-6ПХ

9.2. Рекомендуемые источники научной информации

Список Интернет-ресурсов:

<http://www.philosophy.ru/catalog.html>;
<http://filosof.historie.ru>

Электронная библиотека «Гумер» — философия

http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/index_philos.php.

Визуальный словарь, раздел «Философия»

<http://vslovar.ru/fil>

Для каждого слова строится его понятийное окружение, позволяющее как с первого взгляда понять смысл этого слова через определяющие термины, так и быстро перейти на определяющее слово, смысл которого требуется узнать.

Все о философии

<http://www.filosofa.net>

Сайт, посвященный философии, в разделах которого можно найти огромное количество нужной и интересной информации. Такие разделы, как история философии, философия стран, философия религии, философия истории, политическая философия помогут в подготовке к самым разным работам по философии.

Институт философии РАН —

<http://iph.ras.ru/elib.htm>

Электронная библиотека Института философии РАН, в которую вошли: 1. Издания ИФ РАН (полнотекстовые монографии и сборники, периодические издания, статьи) 2. Русская философия. 3. Новая философская энциклопедия (Интернет-версия издания: Новая философская энциклопедия: в 4 т.)

История философии. Энциклопедия

<http://velikanov.ru/philosophy>

Интернет-версия энциклопедии. Издание включает в себя более семисот статей, посвященных ключевым понятиям, традициям, персоналиям и текстам, определившим собою как философский канон, так и современные направления философской мысли.

Национальная философская энциклопедия

<http://terme.ru>

Ресурс включает в себя нескольких десятков энциклопедий, глоссариев, справочников и словарей. По ним можно осуществлять поиск интересующего понятия, термина, темы и т.д. Проект включает в себя 75 словарей, в которых можно найти более 35000 определений. Включает в себя такие разделы как: «Философские словари и энциклопедии»; «Термины по истории философии»; «Культурологические словари» и др.

Философия

<http://www.fillek.ru>

Сайт, посвященный философии. Охватывает огромный период зарождения и развития философии: от философии Древней Индии и Китая до наших дней. Информация группируется по разделам. В тексте электронных статей есть ссылки на источники.

Философия: студенту, аспиранту, философу

<http://philosoff.ru>

На страницах сайта публикуются статьи и лекции по истории и современному развитию философской науки. На страницах сайта вы найдете информацию библиотечного характера, статьи и лекции по философии, а также подборки ответов на экзаменационные вопросы для технических и гуманитарных ВУЗов, материалы для подготовки к вступительным экзаменам в аспирантуру и вопросы кандидатского минимума по философии, концептуальные подборки статей о современной и классической философии.

Философский портал

<http://philosophy.ru>

На портале представлено множество материалов по философии: полнотекстовые источники по онтологии и теории познания; философии языка, философии сознания,

философии науки, социальной и политической философии, философии религии и др. Кроме текстов на портале можно найти сетевые энциклопедии, справочники, словари, госстандарты, журналы и многое другое.

Online школа «Ступени»: Философия. Тесты

<http://diplom-dissertacia.ru/school/index.htm>

Тесты по истории философии (начиная с древневосточных школ и вплоть до философских течений начала XX века) и основному курсу философии. Предназначенные в качестве основы для проверки и самопроверки усвоения вузовского учебного курса.

Растрепанный блокнот

<http://netnotes.narod.ru/texts/t9.html>

Философские цитаты из нефилософских художественных произведений.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации учебной программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- видео- и тексты лекций, размещенных на платформе Moodle (общее число лекций 15);
- банк контрольных заданий для текущего контроля освоения дисциплины по каждой теме (общее число заданий 100);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины по каждой теме (общее число заданий 150);
- банк контрольных заданий для итогового контроля освоения дисциплины (общее число билетов – 35).

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 01.01.2019 составляет 1 716 243 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.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «Философия» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы студента.

Если необходима наглядная демонстрация каких-либо материалов, то для практических занятий используется аудитория 431 (кабинет гуманитарных знаний), оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью.

Для освоения дисциплины используются следующие печатные и электронные информационные ресурсы:

- учебники и учебные пособия по основным разделам курса;
- учебно-методические разработки кафедры в печатном и электронном виде;
- электронные презентации к разделам лекционных курсов.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Срок окончания действия лицензии	Примечание	Возможность дистанц. использ-я
1	Microsoft Office Standard 2013	Контракт № 62-64ЭА/2013	бессрочная	Лицензия на операционную систему Microsoft Windows 8.1. ПО, не принимающее прямого участия в образовательных процессах.	нет
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: Word Excel Power Point Outlook OneNote Access Publisher InfoPath	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)	Лицензия на ПО, принимающее участие в образовательных процессах.	нет

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. История философии	знает: основное содержание главных философских школ и направлений, представителей этих школ, связь и различие их философских идей, связь историко-	Оценка за контрольную работу № 1 (10 баллов) Оценка за экзамен

	<p>философских концепций с современными проблемами индивидуальной и общественной жизни;</p> <p>умеет: грамотно вести дискуссию, анализировать особенности межкультурного взаимодействия, обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем, опираясь на наработанный в истории философии материал;</p> <p>владеет: представлениями о философии как науке и системе ценностей, ее месте в системе гуманитарного знания; основами философского мышления</p>	
Раздел 2. Философские концепции бытия	<p>знает: основное содержание главных философских школ и направлений, представителей этих школ, связь и различие их философских идей, связь историко-философских концепций с современными проблемами индивидуальной и общественной жизни;</p> <p>умеет: понимать и анализировать мировоззренческие, социальные и индивидуальные проблемы современной жизни;</p> <p>владеет: представлениями о философии как науке и системе ценностей, ее месте в системе гуманитарного знания; основами философского мышления; категориальным аппаратом изучаемой дисциплины, философскими методами анализа различных проблем, навыками философской культуры для выработки системного, целостного взгляда на действительность и место химии и химической технологии в целостной картине мира.</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 2 (по разделам 2-3) (10 баллов)</p> <p>Оценка за экзамен</p>
Раздел 3. Философские проблемы сознания и познания	<p>знает: основное содержание главных философских школ и направлений, представителей этих школ, связь и различие их философских идей, связь историко-философских концепций с современными проблемами</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 2 (по разделам 2-3) (10 баллов)</p> <p>Оценка за экзамен</p>

	<p>индивидуальной и общественной жизни;</p> <p>умеет: понимать и анализировать мировоззренческие, социальные и индивидуальные проблемы современной жизни;</p> <p>владеет: представлениями о философии как науке и системе ценностей, ее месте в системе гуманитарного знания; основами философского мышления; категориальным аппаратом изучаемой дисциплины, философскими методами анализа различных проблем, навыками философской культуры для выработки системного, целостного взгляда на действительность и место химии и химической технологии в целостной картине мира.</p>	
<p>Раздел 4. Проблемы человека в философии</p>	<p>знает: основное содержание главных философских школ и направлений, представителей этих школ, связь и различие их философских идей, связь историко-философских концепций с современными проблемами индивидуальной и общественной жизни;</p> <p>умеет: понимать и анализировать мировоззренческие, социальные и индивидуальные проблемы современной жизни; грамотно вести дискуссию, анализировать особенности межкультурного взаимодействия, обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем, опираясь на наработанный в истории философии материал; применять полученные философские знания к решению профессиональных задач;</p> <p>владеет: представлениями о философии как науке и системе ценностей, ее месте в системе гуманитарного знания; основами философского мышления; категориальным аппаратом изучаемой дисциплины, философскими методами анализа</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 3 (по разделам 4-5) (20 баллов)</p> <p>Оценка за экзамен</p>

	различных проблем, навыками философской культуры для выработки системного, целостного взгляда на действительность.	
Раздел 5. Философия истории и общества	<p>знает: основное содержание главных философских школ и направлений, представителей этих школ, связь и различие их философских идей, связь историко-философских концепций с современными проблемами индивидуальной и общественной жизни;</p> <p>умеет: понимать и анализировать мировоззренческие, социальные и индивидуальные проблемы современной жизни; грамотно вести дискуссию, анализировать особенности межкультурного взаимодействия, обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем, опираясь на наработанный в истории философии материал; применять полученные философские знания к решению профессиональных задач;</p> <p>владеет: представлениями о философии как науке и системе ценностей, ее месте в системе гуманитарного знания; основами философского мышления; категориальным аппаратом изучаемой дисциплины, философскими методами анализа различных проблем, навыками философской культуры для выработки системного, целостного взгляда на действительность.</p>	<p>Оценка за реферат (20 баллов)</p> <p>Оценка за экзамен</p>

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 Российском химико-технологическом университете имени 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
«Философия»
Основной образовательной программы
38.03.02 – «Менеджмент»
Форма обучения – очная**

Номер изменения/дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения дополнения/изменения
		Протокол заседания Ученого совета № ___ от «__» _____ 20__
		Протокол заседания Ученого совета № ___ от «__» _____ 20__
		Протокол заседания Ученого совета № ___ от «__» _____ 20__

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

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

« ____ » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«История (история России, всеобщая история)»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

(Код и наименование направления подготовки)

Профили подготовки – «Менеджмент организации», «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

« ____ » _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Мар

Москва 2022

Программа составлена зав. кафедрой истории и политологии, доктором исторических наук, доцентом Селивёрстовой Н. М.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры истории и политологии РХТУ им. Д. И. Менделеева «18» мая 2022 г., протокол №9

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 **истории и политологии** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение I семестра.

Дисциплина **«История (история России, всеобщая история)»** относится к обязательной части 1 блока дисциплин учебного плана (Б1.О.03). Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области истории.

Цель дисциплины «История» (история России, всеобщая история): формирование у студентов целостного представления об историческом прошлом России, ее месте во всемирно-историческом процессе.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении следующих знаний, развитии умений и навыков личности:

- понимание гражданственности и патриотизма как преданности своему Отечеству, стремления своими действиями служить его интересам, в т.ч. и защите национальных интересов России;
- знание движущих сил и закономерностей исторического процесса; места человека в историческом процессе, политической организации общества;
- введение студентов в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности;
- навыки исторической аналитики: способность на основе исторического анализа и проблемного подхода преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма.

Дисциплина **«История»** преподается в I 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 универсальных компетенций и индикаторов их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Знает основные закономерности исторического процесса и этапы исторического развития России;</p> <p>УК-5.2. Знает нравственные ценности, представления о совершенном человеке в различных культурах;</p> <p>УК-5.3. Умеет осмысливать социально-политические процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;</p> <p>УК-5.4. Умеет грамотно вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по значимым философским проблемам современной жизни, опираясь на наработанный в истории философии материал.</p>

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные направления, проблемы и методы исторической науки;
- основные этапы и ключевые события истории России и мира; особенности развития российского государства, выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории.

Уметь:

- соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; анализировать социально-значимые проблемы;
- формулировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории.

Владеть:

- представлениями об истории как науке, ее месте в системе гуманитарного знания;

- представлениями об основных этапах в истории человечества и их хронологии;
- категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;
- навыками анализа исторических источников.

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:	1,3	48	36
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Лекции	0,9	32	24
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,4	16	12
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,7	60	45
Контактная самостоятельная работа (АттК из УП для зач / зач с оц.)	1,7		
Самостоятельное изучение разделов дисциплины (или другие виды самостоятельной работы)		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		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

		Академ. часов								
№ п/п	Раздел дисциплины	Всего	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лекции	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Прак. зан.	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лаб. работы	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Сам. работа
1.	Раздел 1. История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Особенности становления государственности в России по сравнению с европейскими раннесредневековыми государствами.	33	-	10	-	5	-	-	-	18
1.1	История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Первобытная эпоха человечества. Этногенез. Образование государств. Раннее Средневековье в Европе и Древней Руси.	12	-	4	-	2	-	-	-	6

1.2	Период политической раздробленности в русских землях и Европе. Становление централизованных государств	10,5	-	3	-	1,5	-	-	-	6
1.3	Новое время в Европе. Россия в середине XVI-XVII вв.	10,5	-	3	-	1,5	-	-	-	6
2.	Раздел 2. От Нового к Новейшему времени. Российская империя в XVIII-начале XX в.	33	-	10	-	5	-	-	-	18
2.1	Век Просвещения в Европе и России.	10,5	-	3	-	1,5	-	-	-	6
2.2	Россия и мир в XIX столетии.	10,5	-	3	-	1,5	-	-	-	6
2.3	Начало XX века: от экономического кризиса к Первой мировой войне.	12	-	4	-	2	-	-	-	6
3.	Раздел 3. Всемирно-исторический процесс и XX век. От советского государства к современной России.	42	-	12	-	6	-	-	-	24
3.1	Начало новейшего времени. Революция в России 1917 г. Формирование и сущность советского строя.	13	-	5	-	2	-	-	-	6
3.2	СССР и мир во второй половине XX века.	11	-	3	-	2	-	-	-	6

3.3	Основные тенденции мирового развития на современном этапе. Становление новой российской государственности (с 1991- по наст. время).	18	-	4	-	2	-	-	-	12
	ИТОГО	108	-	32	-	16	-	-	-	60
	Экзамен	36								
	ИТОГО	144								

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Особенности становления государственности в России по сравнению с европейскими раннесредневековыми государствами.

1.1. Место истории в системе наук. Предмет исторической науки. Роль теории в познании прошлого. Сущность, формы, функции исторического знания. Понятие исторического источника, классификация исторических источников. История России – неотъемлемая часть всемирной истории; общее и особенное в историческом развитии.

Антропогенез. Неолитическая революция. Социальный строй. Разложение первобытной общины. Цивилизации Древнего Востока. Государства античности. Народы и древнейшие государства на территории России. Этногенез славян. Великое Переселение народов в III-IV вв.

Традиционные формы социальной организации европейских народов в догосударственный период. Возникновение раннесредневековой государственности в Европе.

Этнокультурные и социально-политические процессы становления российской государственности. Начало российской государственности. Киевская Русь. Принятие христианства.

1.2. Место средневековья во всемирно-историческом процессе. Русские земли в XII – XIII вв. Монголо-татарское нашествие на Русь. Экспансия в западные и северо-западные русские земли. Великое княжество литовское и Русское государство.

Складывание основ национальных государств в Западной Европе. Образование Российского государства, его историческое значение.

1.3. У истоков Нового времени. Особенности сословно-представительной монархии в Европе и России. Начало XVII века – эпоха всеобщего европейского кризиса. Россия в XVI в. - XVII вв. Синхронность кризисных ситуаций в разных странах. «Смутное время» в России.

Генезис капитализма. Его формы и сосуществование с элементами феодализма. Особенности различных регионов Европы. Формирование мирового рынка. Подъем мануфактурного производства. Формирование внутренних рынков.

Генезис самодержавия в России. «Второе издание» крепостничества – Соборное уложение 1649 г. и юридическое оформление крепостного права. Секуляризация русской культуры.

Раздел 2. От Нового к Новейшему времени. Российская империя в XVIII- начале XX в.

2.1. Российское государство в XVIII веке – веке модернизации и просвещения. Реформы Петра I как первая попытка модернизации страны, её особенности. Формирование Российской империи. Основные направления

«европеизации» страны. Эволюция социальной структуры общества. Дальнейшее расширение границ Российской империи.

Идейные и социально-политические истоки Просвещения. Основные черты просветительской идеологии: человек и государство, «естественное право», этика. Идея прогресса как господствующее течение в общественной мысли. Россия в эпоху просвещенного абсолютизма. Россия и Европа в XVIII веке. Изменения в международном положении Российской империи.

2.2. Россия в XIX столетии. Промышленный переворот в Европе и России: общее и особенное. Важнейшие условия перехода России к индустриальному обществу – решение крестьянского вопроса и ограничение самодержавия. Длительность, непоследовательность, цикличность процесса буржуазного реформирования. Европейская революция 1848–1849 гг. Итоги, значение, исторические последствия.

Роль субъективного фактора в преодолении отставания. Реформы XIX века, их значение. Общественные движения в XIX веке.

2.3. Россия и мир на рубеже веков: неравномерность и противоречивость развития. Общие итоги российской модернизации к началу XX века.

Соотношение политических сил в России в начале XX века. Нарастание кризиса самодержавия. Первая российская революция. Образование политических партий. Государственная дума начала XX века как первый опыт российского парламентаризма. Столыпинская аграрная реформа. Первая мировая война и участие в ней России. Февральская революция 1917г. и коренные изменения в политической жизни страны.

Раздел 3. Всемирно-исторический процесс и XX век. От советского государства к современной России.

3.1. Формирование и сущность советского строя (1917-1991гг.). Марксизм как идеологическая основа революционных преобразований и российские реалии. Подготовка и победа Октябрьского вооруженного восстания в Петрограде. II Всероссийский съезд Советов и его решения. Экономическая и социальная политика большевиков. Гражданская война и иностранная интервенция. Судьба и значение НЭПа. Утверждение однопартийной политической системы. Образование СССР. Политическая борьба в партии и государстве. СССР в годы первых пятилеток (конец 20-х гг. – 30-е гг.). Формирование режима личной власти Сталина и командно-административной системы управления государством. Тоталитаризм в Европе и СССР: общее и особенное. Внешняя политика СССР в 20-30-е гг. Деятельность Коминтерна. СССР во второй мировой и Великой Отечественной войне. Решающий вклад Советского Союза в разгром фашизма.

3.2. Изменение соотношения сил в мире после второй мировой войны. Начало «холодной войны». «Доктрина Трумэна» и «План Маршалла». Формирование биполярного мира. Взаимоотношения со странами «народной демократии». Создание Совета экономической взаимопомощи. Конфликт с Югославией. Организация Североатлантического договора (НАТО). Создание Организации Варшавского договора. Война в Корее. Трудности послевоенного развития СССР. Ужесточение политического режима и

идеологического контроля. Попытки обновления «государственного социализма». XX съезд КПСС и осуждение культа личности Сталина. «Оттепель» в духовной сфере.

Экономические реформы середины 60-х годов, причины их незавершенности. «Государство благоденствия». IV и V Республика во Франции. Образование и Развитие ФРГ. «Экономическое чудо» Японии. Распад колониальной системы. Неоконсерватизм Великобритании. Рейгономика в США.

Наращение кризисных явлений в советском обществе в 70-е – середине 80-х годов. Новая Конституция СССР. Концепция «развитого социализма». Внешняя политика СССР в конце 60-х начале 80-х гг.: от разрядки к обострению международной обстановки.

«Перестройка»: сущность, цели, задачи, основные этапы, результаты. Распад СССР. Образование СНГ.

3.3. Становление новой российской государственности (с 1991- по настоящее время). Либеральная концепция российских реформ: переход к рынку, формирование гражданского общества и правового государства. «Шоковая терапия» экономических реформ в начале 90-х годов. Конституция Российской Федерации 1993г. Межнациональные отношения. Политические партии и общественные движения России на современном этапе. Россия на пути модернизации. Россия в системе мировой экономики и международных связей. Новые геополитическое реалии в мире и их влияние на внешнюю политику Российской Федерации.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	- основные направления, проблемы и методы исторической науки;	+	+	+
2	- основные этапы и ключевые события истории России и мира;	+	+	+
3	- особенности развития российского государства, выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории.	+	+	+
	Уметь:			
4	- соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; анализировать социально-значимые проблемы;	+	+	+
5	- формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории.	+	+	+
	Владеть:			
6	- представлениями об истории как науке, ее месте в системе гуманитарного знания;	+		
7	- представлениями об основных этапах в истории человечества и их хронологии;	+	+	+
8	- категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;	+	+	+
9	- навыками анализа исторических источников.	+	+	+
10	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает основные закономерности исторического процесса и этапы исторического развития России;		
11		УК-5.2. Знает нравственные ценности, представления о совершенном человеке в различных культурах;		

12		УК-5.3. Умеет осмысливать социально-политические процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;	+	+	+
13		УК-5.4. Умеет грамотно вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по значимым философским проблемам современной жизни, опираясь на наработанный в истории философии материал.	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

№ п/п	№ модуля дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	1. История как наука. Раннесредневековые государства в Европе и Древняя Русь.	2
2	1	2. Период политической раздробленности. Складывание национальных государств в Европе и Русское централизованное государство.	2
3	1	3. Новое время и его основные черты. Россия в середине XVI-XVII вв.	2
4	2	4. Эпоха Просвещения: идеология и практика. Великая Французская революция. Российская империя в XVIII веке.	2
5	2	5. Россия и мир в XIX веке. Россия и мир на рубеже веков: неравномерность и противоречивость развития. Первая мировая война.	2
6	3	6. Начало новейшего времени. Революция в России 1917 г. Версальская система. Формирование советского строя. Тоталитаризм в Европе.	2
7	3	7. Вторая мировая война и Великая Отечественная война. СССР и мир в послевоенный период.	2
8	3	8. Основные тенденции мирового развития на современном этапе. Становление новой российской государственности (с 1991- по наст. время).	2

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

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

- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку учебного материала к практическим занятиям;
- изучение рекомендованной литературы и работу с электронно-библиотечными системами.
- подготовку к сдаче *экзамена* в 1 семестре 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 трех контрольных работ (первая и вторая контрольная работа с максимальной оценкой 10 баллов, третья итоговая контрольная работа с максимальной оценкой 20 баллов), реферата (максимальная оценка 20 баллов), и итогового контроля в форме экзамена (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы. Максимальная оценка реферата – 20 баллов.

1. Образование Древнерусского государства.
2. Древнерусское государство в оценках современных историков.
3. Особенности социально-политического устройства Киевской Руси.
4. «Русская правда» – старейший законодательный памятник Древней Руси в сравнении с «Салической правдой».
5. Дипломатия Киевской Руси и династические связи с европейскими государствами.
6. История принятия христианства на Руси.
7. Крестовые походы и их место в мировой истории.
8. Проблемы истории средневекового города в Европе.
9. Возникновение самостоятельных русских княжеств в XII-XIII вв.
10. Феодальная раздробленность на Руси и выбор путей развития.
11. Русь в XIII веке между Востоком и Западом.
12. Московская Русь и Золотая Орда в XIV-XV вв.: проблемы взаимовлияния.
13. Институт королевской власти в средние века.
14. Политическое значение Куликовской битвы.
15. Особенности возникновения и развития Московского государства.
16. Великие географические открытия – начало всемирной истории.
17. Эпоха Ивана Грозного.
18. Основные черты ментальности средневекового человека.
19. Итальянское Возрождение в портретах его деятелей.
20. «Смутное время» в России. Кризис власти и возможные альтернативы

развития.

21. Самозванство в начале XVII в.
22. Царь Алексей Михайлович и его время.
23. Церковная реформа Никона и ее последствия.
24. Английская буржуазная революция.
25. Крепостное право в России и его роль в историческом развитии страны.
26. Северная война 1700-1721 гг.: причины, ход, итоги.
27. Петр I как историческая личность.
28. Сподвижники Петра I.
29. Культура, быт, просвещение в первой четверти XVIII в.
30. Дворцовые перевороты XVIII в.
31. Роль гвардии в период дворцовых переворотов.
32. Политический портрет Екатерины II.
33. "Золотой век Екатерины" (Сословная политика Екатерины II).
34. Модель «просвещенного абсолютизма» в России и Европе.
35. Внешняя политика России во второй половине XVIII в.
36. Великая Французская революция и её историческое значение.
37. Наполеоновские войны, их итоги.
38. Александр I. Политический портрет.
39. М. М. Сперанский – судьба реформатора в России.
40. Декабрист в повседневной жизни. (Очерк социальной психологии декабризма).
41. Гроза двенадцатого года.
42. Политический портрет Николая I.
43. Люди и идеи 30-40-х годов XIX в.
44. Подготовка крестьянской реформы: борьба старого и нового.
45. Гражданская война в США и её значение.
46. Народничество, его история и судьба в России.
47. Образование политических партий России в начале XX века.
48. Европейские буржуазные революции XIX в.: общее и особенное.
49. Николай II и его окружение.
50. Революция 1905-1907 гг.
51. Политические партии России в революции 1905-1907 гг. (по выбору).
52. Столыпинские реформы и их результаты.
53. Начало российского парламентаризма.
54. Самодержавие и Государственная дума (I, II, III, IV).
55. Первая мировая война: причины и следствия.
56. Первая мировая война и революционное движение.
57. Февральская буржуазно-демократическая революция в России и ее значение.
58. Политические партии России в Февральской революции.
59. Проблемы цивилизационного выбора после падения самодержавия.
60. Коалиционные правительства в 1917 г. - правительства национального единства: причины их возникновения и распада.

61. Мятеж генерала Л. Корнилова и его последствия.
62. Исторические альтернативы России осенью 1917 г.
63. Октябрьская революция: замысел и реальность.
64. Учредительное собрание в России и крах парламентской альтернативы.
65. Гражданская война и иностранная интервенция: причины и основные этапы.
66. Красный и белый террор.
67. Итоги гражданской войны и ее влияние на дальнейшее развитие страны.
68. Политика «военного коммунизма», ее сущность и последствия.
69. Идейная и политическая борьба в 20-е годы XX века по вопросам развития страны.
70. НЭП как альтернатива «военному коммунизму».
71. Формирование СССР.
72. «Новый курс» президента Рузвельта.
73. Внутренняя политика СССР в 30-е годы.
74. Международное положение СССР в 20-30 годы.
75. Современные споры о международном кризисе 1939-1941 гг.
76. Внешняя политика СССР в 30-е годы.
77. Политический портрет И. В. Сталина.
78. СССР в годы Великой Отечественной войны.
79. Великий полководец Г.К. Жуков.
80. Роль Советского Союза в разгроме фашизма.
81. Итоги и уроки второй мировой войны.
82. "Холодная война" :причины и последствия.
83. Успехи и трудности развития советской химической науки в послевоенный период.
84. Политический портрет Н. С. Хрущева.
85. Место хрущевской «оттепели» в последующей истории страны.
86. «Оттепель» в духовной сфере.
87. Власть и общество в 1964 - 1984 гг.
88. Экономический кризис 1974–1975 гг. и его влияние на развитие западной цивилизации
89. Экономика и политика в условиях нарастания в стране кризисной ситуации (70-е – начало 80-х гг. XX в.).
90. Роль личности в истории: от Н. С. Хрущева до М. С. Горбачева.
91. Перестройка и ее результаты.
92. Распад СССР.
93. Политический портрет Б. Н. Ельцина.
94. Интеграционные процессы в современном мире.
95. Страны Азии в конце XX начале XXI вв.
96. Страны Восточной Европы в современном мире.
97. Западная Европа в конце XX века.
98. Характеристика развития США в конце XX начале XXI вв.
97. Псевдоистория на постсоветском пространстве: пример критики.

98. Место России в современном мире.
99. Наука и культура в конце XX века.
100. Современная политическая карта мира.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы (по одной контрольной работе по каждому разделу). Контрольные работы (тестовые задания) по курсу проводятся по результатам изучения 1 и 2 разделов. По итогам изучения 3 раздела проводится итоговая самостоятельная письменная работа. Максимальная оценка за 1 и 2 контрольную работу – 10 баллов по одному баллу за каждый правильный вопрос, за 3 итоговую работу – 20 баллов, по два балла за вопрос.

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

1.

Предметом научного познания истории является:

- а) политическая сфера в жизни общества;
- б) экономическая сфера;
- в) жизнь общества в целом;
- г) духовная жизнь общества.

2.

Основоположником истории согласно традиции считается:

- а) Геродот;
- б) Гесиод;
- в) Фукидид;
- г) Цицерон.

3.

Научная дисциплина, которая изучает процесс развития исторического знания, называется:

- а) источниковедение;
- б) историография;
- в) археология;
- г) палеография.

4.

Установите соответствие между исторической дисциплиной и вещественными источниками, которые эта дисциплина изучает:

- | | |
|---------------------|--------------|
| а) | нумизматика; |
| 1) ордена, медали; | |
| б) | сфрагистика; |
| 2) монеты; | |
| в) | фалеристика; |
| 3) бумажные деньги; | |
| г) | бонистика. |
| 4) печати. | |

5.

Труд Н. М. Карамзина «История государства Российского» вышел в свет:

- а) в конце XVIII века;
- б) в первой половине XIX века;
- в) в середине XIX века;
- г) в конце XIX века.

6.

Историко-генетический метод изучения истории заключается в:

- а) Классификации исторических явлений, событий, объектов;
- б) Описание исторических событий и явлений;
- в) Сопоставлении исторических объектов в пространстве и во времени;
- г) Раскрытии изменения явления в процессе его исторического движения.

7.

Большую роль в разработке цивилизационного подхода сыграли:

- а) К. Маркс и Ф. Энгельс;
- б) Г. В. Плеханов и В. Засулич;
- в) Н. М. Карамзин и С. М. Соловьев;
- г) Н. Я. Данилевский и А. Тойнби

8.

Небольшие самостоятельные государства в Древней Греции назывались:

- а) полисами;
- б) метрополиями;

- в) колониями;
- г) провинциями.

9.

Кто такие лангобарды?

- а) коренные жители Апеннинского полуострова;
- б) германский народ, который в VI в. вытеснил из Италии остготовов;
- в) воины личной гвардии Карла Великого;
- г) гвардейцы Папы Римского.

10.

Что из перечисленного было одним из результатов крещения Руси?

- а) княжеские усобицы;
- б) распространение грамотности;
- в) возникновение феодальной собственности на землю;
- г) набеги кочевников на русские земли.

11.

Как назывался древнейший летописный свод, ставший основным источником изучения Древней Руси?

- а) Русская правда;
- б) Повесть временных лет;
- в) Слово о полку Игореве;
- г) Слово о законе и благодати.

12.

Принятие «Русской Правды» Ярослава Мудрого привело к

- а) укреплению Древнерусского государства;
- б) введению правила «Юрьева дня»;
- в) замене «полюдья» «повозом»;
- г) ограничению власти князя.

13.

Карл Великий был:

- а) императором Франкского государства;
- б) королем Англии;
- в) императором Западной Римской империи;
- г) Византийским императором.

14.

Как назывался вооруженный отряд при князе в Древней Руси, участвовавший в войнах, управлении княжеством и личным хозяйством князя?

- а) рекруты б) рядовичи в) стрельцы г) дружина

15.

Связывающие феодалов отношения сеньора и вассала отношения назывались:

- а) феодализмом;
б) кумовством;
в) системой вассалитета;
г) системой земледелия.

16.

Лествичный порядок передачи престола:

- а) передача престола к старшему в роду, т.е. от брата к брату;
б) избрание царя на престол Боярской думой;
в) назначение самим императором своего наследника исходя из интересов государства;
г) передача престола младшему сыну.

17.

Первое сражение с монголами, в котором участвовали русские князья, произошло:

- а) на реке Калка;
б) при взятии Рязани;
в) при взятии Киева;
г) на реке Вожа.

18.

Расположите события в хронологической последовательности:

- 1) крещение Руси;
- 2) Любечский съезд;
- 3) княжение Владимира Мономаха;
- 4) призвание варягов;
- 5) объединение Киева и Новгорода;
- 6) восстание древлян;
- 7) начало создания «Русской Правды».

19.

Установите соответствие.

- 1) издание «Русской Правды»
- 2) установление «уроков» и «погостов»
- 3) призвание Рюрика
- 4)

съезд

Любечский

- а) образование государства
- б) начало кодификации древнерусского права
- в) упорядочение системы сбора дани
- г) начало распада Древнерусского государства

20.

Установите соответствие.

- 1) игумен
- 2) патриарх
- 3) митрополит
- 4)

монах

- а) высший титул главы самостоятельной (автокефальной) православной церкви
- б) глава русской церкви до 1589 г.
- в) представитель духовенства, в соответствии с обетом ведущий аскетический образ жизни
- г) настоятель православного монастыря

21.

Что из приведенного относится к периоду Древнерусского государства (IX – нач. XII вв.), а что возникло позже?

- 1) княжеское и боярское землевладение
- 2) абсолютизм
- 3) наличие зависимых и свободных категорий населения
- 4) вече
- 5) отсутствие единого политического центра
- 6) двоеверие
- 7) крепостное

право

- 8) местничество

22.

Установите соответствие.

- 1) монотеизм
- 2) иудаизм
- 3) ислам
- 4) католицизм
- 5) политеизм
- 6) православие
- 7)

христианство

- а) вера в несколько божеств
- б) направление в христианстве, сформировавшееся на территории Западной Римской империи
- в) представление о единственности Бога
- г) религия, основанная на жизни и учении Иисуса Христа, возникшая в I в.
- д) направление в христианстве, сформировавшееся на территории Восточной Римской империи (Византии)
- е) монотеистическая религия, основанная пророком Мухаммедом в VII в.
- ж) религия евреев, древнейшая монотеистическая религия.

23.

Соотнесите князя и данную ему в «Повести временных лет» характеристику:

- а) Святослав Игоревич;
- б) Владимир Святославович;
- в) Ярослав Мудрый

1) «...и быстрым был, словно пардус, и много воевал. В походах же не возил за собою ни возов, ни котлов, не варил мяса, но, тонко нарезав конину... и зажарив на углях, так ел; не имел он шатра, но спал, постилая потник с седлом в головах... И посылал в иные земли со словами: “Иду на вы!”»

2) «И стала при нем вера христианская плодиться и расширяться... и монастыри появляться... и к книгам имел пристрастие, читая их часто и ночью, и днем... посеял книжные слова в сердца верующих людей, а мы пожинаем, учение принимая книжное.»

3) «Был он такой же женолюбец, как и Соломон, ибо говорят, что у Соломона было семьсот жен и триста наложниц. Мудр он был, а в конце концов погиб. Этот же был невежда, а под конец обрел себе вечное спасение.»

24.

Что из названного относилось к причинам политической раздробленности на Руси?

- а) распространение языческих верований;
- б) установление вечевых порядков во всех русских землях;
- в) стремление удельных князей к независимости от Киева;
- г) татаро-монгольское нашествие.

25.

Следствием наступления раздробленности на Руси было:

- а) ослабление способности противостоять внешним угрозам;
- б) прекращение княжеских междоусобиц;
- в) падение уровня культурного развития;
- г) укрепление Киевского княжества.

26.

Кого из названных лиц русские князья считали родоначальником своей династии:

- а) Трувор;
- б) Гостомысл;
- в) Рюрик;
- г) Аскольд.

27.

Установите соответствие между именами правителей и событиями, связанными с их княжением:

Имена:

- а) князь Ярослав Мудрый;
- б) князь Владимир Мономах;
- в) княгиня Ольга;
- г) князь Святослав;
- д) князь Владимир Святославович.

События:

- 1) принятие христианства в качестве государственной религии;
- 2) установление погостов и уроков;
- 3) победа над Волжской Булгарией, Хазарским каганатом, походы в Дунайскую Болгарию;
- 4) начало составления Русской Правды;
- 5) разгром половцев.

28.

Законодательная власть в древнем Новгороде принадлежала:

а)

вечу;

б)

князю;

в)

посаднику;

г)

новгородскому архиепископу.

29.

Родоначальником династии владими́ро-суздальских князей был:

а) Александр Невский;

б) Юрий Долгорукий;

в) Андрей Боголюбский;

г) Иван Калита.

30.

Имя Евпатия Коловрата связано с событием:

а) С нашествием Батыя на Рязанскую землю;

б) С битвой на р. Нева;

в) Со строительством Успенского собора;

г) С борьбой новгородского дворянства с князем.

31.

Ранее других произошло событие:

а)

первое упоминание о Москве в летописях;

б)

Ледовое побоище;

в)

начало создания «Русской правды»;

г)

походы Святослава.

32.

Одной из причин поражения Руси в борьбе с монголо-татарами в XIII в. было:

а)

создание военного союза между ордынцами и немецкими рыцарями;

б)

военная и политическая разобщенность русских земель;

в)

начало проведения военной реформы в русских землях;

г)

союз монголо-татар с половецкими ханами.

33.

Установите соответствие между терминами и их определениями:

Термины:

а) местничество;

б) поместье;

в) баскаки;

г) удел.

Определения:

1) территория, выделенная во владение одному из младших членов княжеского рода;

2) порядок назначения на государственные должности в соответствии со степенью знатности рода;

3) форма феодальной земельной собственности, родовое имение, передававшееся от отца к сыну,

4) представители монгольского хана на завоеванных территориях;

5) условная форма феодального землевладения, предоставляемая за службу, первоначально без права наследования.

34. Политическая зависимость русских земель от Орды заключалась в

а)

насаждении язычества в русских землях;

б)

раздаче ханом ярлыков на княжение русскими князьями;

в)

включении русских княжеств в состав Золотой Орды;

г)

управлении русскими землями ордынскими наместниками.

35. «Ордынской тягостью» на Руси называли:

а)

ежегодные подарки хану и его окружению;

б)

«выходом»;

в)

частые набеги мелких монгольских отрядов на Русь за добычей;

г)

«десятиной».

36. Монголо-татары освободили от уплаты дани:

а)

новгородских купцов;

б)

русскую православную церковь;

в)

великих русских князей;

г)

новгородских бояр.

37. Первую перепись населения Руси провели:

а)

варяжские князья;

б)

московские князья;

в)

монголо-татарские численники;

г)

киевские князья.

38. Установите соответствие между терминами и их определениями:

а)

посадник;

1) съезд монгольской знати;

б)

численник;

2) выборная должность в Новгороде;

в)

выход;

3) ханский переписчик населения;

г)

курултай;

4) регулярная дань Руси Золотой Орде;

5) собрание жителей городов, покоренных Ордой.

39. Родоначальником Московского княжества был:

а)

Александр Невский;

б)

Даниил Александрович;

в)

Иван Калита;

г)

Дмитрий Донской.

40. Основным соперником Московского княжества в борьбе за объединение русских земель в XIV в. было:

а)

Рязанское княжество;

б)

Тверское княжество;

в)

Владимирское княжество;

г)

Ярославское княжество.

41. Что из названного позволило Москве стать центром объединения русских земель?

а) отражение Москвой ударов рыцарей-крестоносцев;

б) политика, проводимая московскими князьями;

в) выгодное географическое положение;

г) отсутствие разрушений в Москве в ходе Батыева нашествия.

42. Москва стала религиозным центром Руси в период правления:

а)

Андрея Боголюбского;

б)

Даниила Александровича;

в)

Ивана Калиты;

г)

Дмитрия Донского.

43. Иван Калита добился в Орде права:

а)

расширять свой удел;

б)

собирать дань со всех русских земель;

в)

выдавать ярлыки удельным князьям;

г)

не платить дань монголам.

44. Победа на Куликовом поле:

а)

имела огромное моральное значение для Руси;

б)

имела меньшее значение, чем битва на реке Воже;

в)

освободила Русь от золотоордынского ига;

г)

не оказала влияния на ход освободительной борьбы Руси против золотоордынского ига.

45. С именем Мартина Лютера связано:

а) изобретение книгопечатания;

б) начало Реформации в Германии;

в) основание ордена иезуитов;

г) начало Великих географических открытий.

46. Завершение процесса объединения русских земель вокруг Москвы пришлось на годы правления:

а)

Дмитрия Донского;

б)

Василия II;

в)

Ивана III;

г)

Василия III.

47.

Что из названного относится к причинам Смуты?

- а) династический кризис;
- б) церковный раскол;
- в) введение подушной подати;
- г) введение рекрутчины.

48.

Как звали князя, возглавившего русское войско в Ледовом побоище 1242г.?

- а) Иван Калита
- б) Андрей Боголюбский
- в) Александр Невский
- г) Владимир Мономах

49.

Как звали полководца, возглавившего поход 1237-1241 гг., в результате которого была завоевана Русь?

- а) Батый
- б) Мамай
- в) Ахмат
- г) Чингисхан

50.

Что явилось следствием подавления Тверского восстания 1327 г. Иваном Калитой?

- а) свержение ига Золотой Орды;
- б) присоединение Твери к Московскому княжеству;
- в) возвышение Московского княжества;
- г) увеличение числа баскаков на Руси.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 1 баллу за вопрос.

1.

Реформа налогообложения в царствование Петра I предполагала...

а)

замену подворного обложения подушной податью;

б)

передачу земствам права сбора налогов;

в)

существенное ослабление налогового гнета;

г)

право помещика произвольно устанавливать размеры подушной подати, взимаемой с его крепостных.

2. Русское дворянство впервые получило свободу от обязательной службы согласно:

а)

Жалованной грамоте дворянству 1785 г.;

б)

Соборному Уложению 1649 г.;

в)

Манифесту о вольности дворянской 1762 г.;

г)

Судебнику Ивана IV 1550 г.

3.

Политика «просвещенного абсолютизма» соответствует периоду правления:

а)

Алексея Михайловича;

б)

Федора Алексеевича;

в) Петра I;

г)

Екатерины II;

д)

Николая I.

4. Установите хронологическую последовательность следующих событий:

- а) Соборное уложение царя Алексея Михайловича;
- б) «Великое посольство»;
- в) восстание в Москве и убийство Лжедмитрия I;
- г) освобождение Москвы вторым ополчением;
- д) Азовские походы Петра I.

5. Отметьте верные высказывания:

- а) предпосылки петровских реформ сложились в XVII в.;
- б) основным направлением внешней политики рубежа XVII–XVIII вв. было восточное;
- в) протекционизм – это экономическая политика государства, направленная на поддержку национальной экономики;
- г) на протяжении XVIII в. размер повинностей помещичьих крестьян оставался неизменным;
- д) решающую роль в дворцовых переворотах XVIII в. играла гвардия.

6. Промышленный переворот в Англии начался прежде всего в:

- а) машиностроительной промышленности;
- б) металлургической промышленности;
- в) угольной промышленности;
- г) ткацком производстве.

7. Первый президент США:

- а) Оливер Кромвель;
- б) Джордж Вашингтон;
- в) Томас Джефферсон;
- г) Джон Уилкинсон.

8.

Какие из перечисленных событий относятся к царствованию Екатерины II?

- а) Полтавская битва;
- б) Восстание под руководством Емельяна Пугачева;
- в) Соляной бунт;
- г) Семилетняя война;
- д) отмена внутренних таможенных пошлин.

9. Установите соответствие между событиями и датами, когда они произошли:

События:

Даты:

а) создание
Сената;

1. 1720 г.
б) основание Московского
университета;

2. 1762 г.
в) битва при острове
Гренгам;

3. 1785 г.
г) «Манифест о вольности
дворянства»;

4. 1711 г.
д) «Жалованная грамота
городам».

5. 1755 г.

10. Укажите, под каким названием вошел в историю:

а) документ, освобождавший дворян от обязательной государственной службы;

б) закон, определявший право монарха самому определять себе наследника;

в) документ, приравнивавший дворянские поместья к вотчинам;

г) свод законов, действующий на протяжении XVIII в.

Ответы:

1. Указ о престолонаследии 1722 г.;
2. «Манифест о вольности дворянства»;
3. Указ о единонаследии 1714 г.;
4. Соборное уложение 1649 г.

11. Укажите, какие процессы, мероприятия и события характеризуют внутреннюю политику:

- А) Петра I;
- Б) Екатерины II.

Набор ответов:

1. Замена приказов коллегиями;
2. Секуляризация церковных земель;
3. Деятельность Уложенной комиссии;
4. Создание Синода;
5. Введение «Табели о рангах»;
6. Политика «просвещенного абсолютизма».

12. «Декларация прав человека и гражданина» была принята:

- а) во время Войны за независимость США;
- б) в ходе революции 1640 – 1649 гг. в Англии;
- в) во время революции конца 18 века во Франции;
- г) после провозглашения империи Наполеоном I.

13. Установите соответствие между именами государственных деятелей и связанными с ними внутривластными преобразованиями:

Государственные
деятели:

События:

а) Меншиков; А. Д.

1. Создание Государственного совета;
б) Сперанский; М. М.

2. Организация политической полиции;
в) П. Д. Киселев;

3. Создание Верховного тайного совета;
г) Бенкендорф; А. Х.

4. Реформа государственной деревни;
д) Аракчеев. А. А.

5. Основание военных поселений.

14. Отметьте верные высказывания:

- а) указ о трехдневной барщине Павла I носил обязательный для исполнения характер;
- б) промышленный переворот в России начался в 30 – 40-х гг. XIX в.;
- в) Николай I был сторонником развития системы местного самоуправления;
- г) первые политические партии в России возникли в середине XIX в.;
- д) на протяжении всего XIX столетия Российская империя оставалась абсолютной монархией.

15. К истории революций в странах Европы не относится дата:

- а) 1814 – 1815 гг.;
- б) 1830 – 1831 гг.;
- в) 1848 – 1849 гг.;
- г) 1871 г.

16. Отметьте буржуазные черты реформы 1861 г.:

а)

личное освобождение крестьян;

- б) перевод крестьян на денежный выкуп за землю, что сильнее втягивало крестьян в товарно-денежные отношения, распространение капиталистической аренды земли;

в)

«временная обязанность крестьян»;

г)

отрезки от крестьянских земель в пользу помещиков;

д)

предоставление крестьянам права перехода в другие непривилегированные сословия, свобода занятия торговлей, и т.д.

17. В 1826 г. Николай I учредил Третье отделение Собственной его императорского величества канцелярии, которое стало:

а)

органом цензуры;

б)

идеологическим центром;

в)

органом политического сыска;

г)

ведомством, контролирующим деятельность всех государственных и религиозных учреждений;

д)

своего рода личной гвардией государя.

18. Укажите, какие процессы, мероприятия и события характеризуют внутреннюю политику:

А) Александра I;

Б) Николая I.

Набор ответов:

1.

Отмена крепостного права на территории Эстляндии и Лифляндии;

2.

Создание министерств и Государственного Совета;

3.

Издание «чугунного» цензурного устава;

4.

Создание военных поселений;

5.

Реформа государственной деревни П. Д. Киселева;

6.

Усиление бюрократизации и централизации государственного аппарата управления.

19. Чартизм в Англии – это:

а) движение за избирательную реформу;

б) доставка петиции в парламент;

в) народные движения против буржуазии;

г) выступление рабочих против внедрения машин в производство.

20. В. П. Обнорский и С. Н. Халтурин были организаторами:

а) «Союза борьбы за освобождение рабочего класса»;

б) «Северного союза русских рабочих»;

в) «Союза благоденствия»;

г) партии эсеров;

д) «Народной воли».

21. Установите соответствие между именами российских монархов и событиями, произошедшими в годы их правления:

Имена:

События:

а)

I;

Петр

1. Заключение «Священного союза»;

б)

II;

Александр

2. поход; Прутский

в) Александр
I;

3. Указ «об обязанных крестьянах»; Николай
г) I;

4. Отмена крепостного права; Александр
д) III.

5. Отмена подушной подати.

22. Проект «конституции Лорис-Меликова» предусматривал:

а) создание Государственной думы с законосовещательными полномочиями;

б) создание «подготовительных комиссий» для выработки законопроектов с участием выборных представителей от органов земского и городского самоуправления;

в) создание Государственной думы с законодательными полномочиями;

г) введение в России республиканской формы правления.

23. К числу деятелей реформ 1860 – 1870-х гг. относятся:

а) Н. А. Милютин;

б) М. М. Сперанский;

в) М. Х. Рейтерн;

г) С. С. Уваров;

д) П. Н. Милюков.

24. Укажите, какие из перечисленных революционных кружков и организаций стояли на марксистских позициях:

а) группа «Освобождение труда»;

б) «Народная воля»;

в) «Союз спасения»;

г) «Земля и воля» (1876 – 1879 гг.);

д) «Союз борьбы за освобождение рабочего класса».

25. Прочтите отрывок из сочинения историка и укажите, о каком российском императоре идет речь:

«...личные вкусы и личные убеждения и предрассудки императора... как будто не предвещали ничего особенно хорошего в отношении назревших преобразований... Это, конечно, отнюдь не умаляет его заслуги и делает её даже более важной и более ценной, поскольку он сумел стойко, мужественно и честно провести это дело, невзирая на все его трудности и не опираясь на внутренние свои склонности и симпатии, а стоя исключительно на точке зрения признанной им государственной нужды».

- а) Александр I;
- б) Николай I;
- в) Александр II;
- г) Александр III.

26. Аграрный строй в России в начале XX в. характеризовался.

- а) высоким уровнем товарности крестьянских хозяйств
- б) отсутствием помещичьих хозяйств;
- в) преобладанием фермерских хозяйств;
- г) крестьянским малоземельем.

27. Какие явления характеризовали развитие капитализма в России на рубеже XIX – XX вв.?

- б) развитое капиталистическое производство сельскохозяйственной продукции;
- в) значительная роль государства в регулировании производства;
- г) активное участие буржуазии в высших представительных органах государственной власти;
- д) существование развитого рабочего законодательства.

28. Состояние экономики России в 1900 – 1903 гг. характеризовалось как:

- а) подъем;
- б) спад;
- в) кризис;
- г) застой.

29. События русско-японской войны датируются:

- а) 1900 – 1903 гг.;
- б) 1904 – 1905 гг.;
- в) 1905 – 1907 гг.;
- г) 1906 – 1907 гг.

30. В конце XIX – начале XX века республиканская форма правления существовала:

- а) в Англии;
- б) во Франции;
- в) в Италии;
- г) в Австро – Венгрии.

31. Какое событие в январе 1904 г. стало началом русско-японской войны?

- а) обстрел японским флотом Владивостока;
- б) высадка японского десанта на Камчатке;
- в) захват японцами острова Сахалин;
- г) обстрел японским флотом русской эскадры на рейде в Порт-Артуре.

32. По Портсмутскому мирному договору 1905 г. Россия:

- а) приобрела Крым;
- б) потеряла Курильские острова;
- в) присоединила территорию Финляндии;
- г) потеряла Южный Сахалин.

33. Что было одной из причин Первой российской революции 1905-1907 гг.?

- а) тяжёлые условия труда и несправедливое положение промышленных рабочих;
- б) поражение в Первой мировой войне;
- в) проведение правительством национализации предприятий и банков;
- г) нарастающий конфликт между царём и Государственной Думой.

34. Первая русская революция началась с:

- а) Обуховской обороны;
- б) Декабрьского вооружённого восстания;
- в) Стачки в Иваново-Вознесенске;
- г) "Кровавого воскресенья".

35. Что из названного произошло в ходе революции 1905-1907 гг.?

- а) свержение монархии;
- б) установление власти Советов по всей стране;
- в) учреждение Государственной думы;
- г) провозглашение России демократической республики.

36. Исходной датой возникновения легальных политических партий принято считать:

- а) 19 февраля 1861 г.;
- б) 17 октября 1905 г.;
- в) 3 июня 1907 г.;
- г) 2 марта 1917 г.

37. Установите соответствие между именами политических деятелей начала XX в. и возглавляемыми ими политическими партиями:

Имена:

- Политические партии:
1. Дубровин А.
И.;
 - а) Конституционно-демократическая партия;
2. Чернов В.
М.;
 - б) «Союз 17 октября»;
3. Ленин
В.И.;
 - в) «Союз русского народа»;
4. Милюков П.
Н.;
 - г) РСДРП(б) ;
5. Гучков А.
И.

д) Партия социалистов-революционеров

38. Царский Манифест о введении демократических свобод и учреждении Государственной думы был подписан:

- а) 9 января 1905 г.;
- б) 17 октября 1905 г.;
- в) 1 августа 1914 г.;
- г) 26 октября 1917 г.

39.

Столыпинская аграрная реформа предусматривала:

- а) меры по укреплению крестьянской общины;
- б) запрет переселения крестьян за Урал;
- в) свободный выход крестьян из общины;
- г) бесплатную передачу помещичьей земли крестьянам.

40.

Разрушение сельской общины, организация хуторов и отрубков, переселение крестьян на свободные земли проводились в рамках:

- а) первых мероприятий Советской власти;
- б) реформы управления государственными крестьянами П.Д. Киселева;
- в) аграрных преобразований П.А. Столыпина;
- г) «Великой реформы» 1861 г.

41.

Расположите в хронологическом порядке события, характеризующие историю первой мировой войны и участие в ней России.

- а) наступательная операция русской армии на Юго-Западном фронте – «Брусиловский прорыв»;
- б) Восточно-Прусская операция русской армии;
- в) подписание Брестского мира;
- г) убийство в Сараево эрцгерцога Франца-Фердинанда;
- д) объявление Германией войны России.

42.

Первая мировая война началась:

- а) в 1916г.;
- б) в 1915г.;
- в) в 1914г.;
- г) в 1913г.

43.

Какая из названных военных операций была проведена в годы Первой мировой войны?

- а) оборона Шипки;
- б) Брусиловский прорыв;
- в) взятие крепости Измаил;
- г) оборона Порт-Артура.

44.

Версальский мир был подписан в:

- а) 1917г.;
- б) 1918г.;
- в) 1919г.;

г) 1920г.

45.

Установите соответствие между событиями и датами, когда они произошли:

События:

Даты:

а)	создание	Петроградского	Совета
1. август 1915 г.; рабочих депутатов;		и	солдатских
б) думы;	разгон	II	Государственной
2. июнь 1905 г.; в) сражение;		Цусимское	морское
3. май 1905 г.; г)	восстание	на	броненосце
4. 27 февраля 1917 г.; «Князь Таврический»;			Потемкин

д) создание в Государственной думе

5. 3 июня 1907 г.
«Прогрессивного
блока».

46.

Отметьте верные высказывания:

- а) наиболее распространенным видом монополий в России были тресты;
- б) первыми политическими партиями, появившимися в России, стали правые партии;
- в) П. А. Столыпин стремился решить аграрный вопрос, прежде всего, за счет разрушения крестьянской общины;
- г) первая российская революция носила буржуазно-демократический характер.

47.

Двоевластие, возникшее весной 1917 г., проявлялось в одновременном существовании власти:

- а) Временного правительства и Учредительного собрания;
- б) Временного правительства и Советов;
- в) Советов и земств;
- г) Государственной думы и Временного правительства.

48.

Что стало результатом Февральской революции 1917 г.?

- а) создание Государственной думы;
- б) свержение монархии;
- в) приход к власти большевиков;
- г) провозглашение советской республики.

49.

Почему правительство, созданное в России в марте 1917 г., называлось Временным?

- а) оно должно было передать власть Всероссийскому съезду Советов;

б) его полномочия ограничивались периодом ведения Россией военных действий;

в) его состав за короткий срок изменялся более 5 раз;

г) его полномочия ограничивались сроком созыва Учредительного собрания.

50. В начале XX в. (до 1905 г.) Россия была:

а) абсолютной монархией;

б) парламентской монархией;

в) республикой;

г) дуалистической республикой.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 2 балла за вопрос.

1. Какие проблемы, стоящие перед обществом, так и не смогло решить Временное правительство, созданное после Февральской революции 1917г.?

2. С сентября по октябрь 1917 г. происходила большевизация советов. Что представлял собой процесс большевизации советов? Почему меньшевики и эсеры потерпели поражение от большевиков в борьбе за лидерство в советах?

3. Когда состоялся II съезд Советов? Какие законодательные акты были приняты на II съезде Советов? Какие новые властные органы были созданы на II съезде Советов?

4. 5 января 1918 г. было созвано Учредительное собрание. Какие партии были представлены в Учредительном собрании, каким было распределение депутатских мандатов? Почему было распущено Учредительное собрание? Были ли возможны иные варианты развития событий?

5. Каковы были причины Гражданской войны? Что такое интервенция? Какую роль сыграли страны Антанты в данном событии? Какими причинами было вызвано их вмешательство во внутренние дела России? Проследите основные этапы Гражданской войны. Каковы основные итоги Гражданской войны?

6. В чем заключается сущность политики «военного коммунизма»? Каковы были функции комбедов и продовольственных отрядов? Как восприняло данную политику население страны? Каковы результаты и последствия периода «военного коммунизма»?

7. Какие изменения произошли в международной ситуации в 20-е гг.? Каковы были внешнеполитические доктрины ведущих держав?

8. Какие экономические, социальные и политические цели преследовало введение нэпа? В чём состояли причины перехода к новой экономической политике? Охарактеризуйте основные мероприятия НЭПа. Как понимали НЭП большевики и их политические оппоненты?

9. Существовали различные точки зрения на принципы образования нового государства. Под руководством И. В. Сталина, который занимал пост

наркома по делам национальностей, был подготовлен так называемый «план автономизации». В чем состояло его содержание? Проект Сталина был подвергнут резкой критике со стороны Ленина. Каковы были аргументы Ленина? Какие принципы создания нового государства предлагал Ленин? Назовите причины, по которым ленинская позиция одержала победу?

10. Существовала ли взаимосвязь между форсированной индустриализацией и сплошной коллективизацией сельского хозяйства? Каковы особенности и результаты форсированной индустриализации в СССР в 30-е гг.? Каковы были главные причины коллективизации сельского хозяйства в СССР и каковы её результаты? Какой смысл вкладывался в понятие «культурная революция» и каковы её конкретные результаты?

11. Отличительной чертой сталинской модели индустриализации стал приоритет тяжелой промышленности (предприятий группы «А») над легкой (предприятиями группы «Б»). Объясните, какими причинами это было вызвано. К каким негативным последствиям привели диспропорции в развитии разных отраслей промышленности?

12. В 1930-е гг. в СССР завершается формирование политической системы, часто называемой тоталитаризмом. Перечислите основные черты тоталитарного режима. В чем Вы видите объективные причины утверждения в СССР тоталитарного режима? Какие субъективные факторы способствовали этому?

13. Какие основные модели перехода к регулируемой рыночной экономике были использованы в 30-е гг. на Западе?

14. Охарактеризуйте экономический кризис 1929-1933 гг. и покажите, какие меры предпринимали различные страны для выхода из него.

15. 23 августа 1939 г. между СССР и Германией был заключен пакт о ненападении. В чем заключались условия этого договора и секретного протокола к нему? Какие причины заставили СССР резко изменить курс внешней политики и пойти на подписание договора с Германией? Какие точки зрения на данный шаг советского руководства Вам известны? Каковы были его положительные и отрицательные последствия?

16. Какие территории были присоединены к СССР в 1939-1940 гг.? При каких обстоятельствах это произошло? Какие оценки этих событий Вам известны?

17. Выделите основные этапы Великой Отечественной войны и назовите основные сражения.

18. Почему высадка союзников во Франции произошла только в 1944г.?

19. Каковы были основные причины Второй мировой войны? В чем их сходство и различие с причинами Первой мировой войны?

20. Изучите процесс формирования антигитлеровской коалиции. Какую помощь оказывали союзники СССР. Что такое ленд-лиз? Что такое Второй фронт? Когда он был открыт? Каково его значение и влияние на ход войны? Какой вклад внесли союзные войска в разгром гитлеровской Германии?

21. Каковы причины победы советского народа в Великой Отечественной войне? Почему данная война получила название Отечественной? В чем заключается историческое значение победы СССР?
22. Какие территориальные изменения произошли в результате Второй мировой войны? Каково содержание понятия «ялтинско-потсдамская система международных отношений»?
23. Почему послевоенная «оттепель» в международных отношениях завершилась «холодной войной»? Раскройте содержание понятия «холодная война»? Каковы ее истоки и сущность?
24. В послевоенное время в Европе сложились две системы: социалистическая и капиталистическая. Назовите страны, входившие в эти системы.
25. Каким образом шло восстановление народного хозяйства? Каковы были источники быстрого восстановления промышленности СССР после окончания войны?
26. Изучите процесс создания двух военных организаций: НАТО (1949 г.) и ОВД (Организация Варшавского договора) (1955 г.). Какие цели преследовались при создании данных организаций?
27. Когда состоялся XX съезд КПСС, какие вопросы он рассматривал? Каково историческое значение данного съезда? Что такое «культ личности»? Насколько последовательной была борьба с последствиями культа личности Сталина? В чем заключался процесс десталинизации общества?
28. На XXII съезде КПСС была принята новая Программа партии — программа построения коммунизма. Объясните положение программы о перерастании государства диктатуры пролетариата в общенародное государство. Какие задачи перед государством и обществом ставила новая программа? Насколько утопичны были поставленные цели? Раскройте содержание программы построения коммунистического общества в СССР.
29. На каком основании период нахождения у власти Н. С. Хрущева принято называть периодом «оттепели»? Насколько обосновано утверждение, что диссидентское движение выросло из хрущевской оттепели? Назовите известных вам представителей культуры данного периода и их произведения.
30. В 1954г. было начато освоение целинных и залежных земель. В литературе существует неоднозначная оценка данного решения. Выскажите свое мнение по данному вопросу, аргументируйте свою позицию.
31. В 1957г. произошла реорганизация системы управления промышленностью, были упразднены отраслевые министерства, созданы совнархозы. Несмотря на предпринятые действия, в начале 1960-х гг. произошло падение темпов роста промышленного производства и сельского хозяйства. Каковы были объективные и субъективные причины данного процесса?
32. Каким образом изменился международный климат в 1950-е гг.? Раскройте сущность политики мирного сосуществования.

33. Изучите основные научные дискуссии конца 1940-х – начала 1950-х гг. Одной из существенных черт данных дискуссий была их партийная направленность. Объясните причины данного факта. Почему кибернетика, генетика объявлялись буржуазными лженауками?
34. Во второй половине 1950-х – начале 1960-х гг. Советский Союз достиг огромных успехов в деле покорения космоса. 4 октября 1957 г. был запущен первый искусственный спутник Земли; 12 апреля 1961 г. Ю. А. Гагариным был совершен первый пилотируемый космический полет. Какие еще достижения советской науки данного периода вам известны?
35. Во второй половине XX века рухнула колониальная система. Покажите, какую поддержку оказывал Советский Союз странам третьего мира. Дайте определение понятию «национально-освободительное движение».
36. Как реализовывалась политика интернационализма в СССР?
37. Период правления Л. И. Брежнева, как правило, связывают с усилением позиций партийно-государственной номенклатуры. В чем это проявлялось?
38. На сентябрьском 1965 г. Пленуме ЦК КПСС были приняты основные направления реформы промышленности, которая получила название «реформы Косыгина». Раскройте содержание данной реформы. Каким образом осуществлялось взаимодействие предприятий и отраслевых министерств? Какие меры для поддержки товаропроизводителей предлагались? Что такое хозрасчет? Каковы причины неудач экономической реформы 1965 г.?
39. В 1977 г. была принята новая конституция СССР, которая получила название «конституции развитого социализма». Раскройте содержание термина «развитой социализм». Каковы были причины принятия новой конституции?
40. Раскройте содержание концепции постиндустриального общества.
41. Период правления Л. И. Брежнева принято называть «эпохой застоя». Раскройте содержание данного понятия.
42. Что такое «теневая экономика»? Что позволило ей сформироваться и активно функционировать?
43. Во внешней политике в 70-е годы XX века имела место разрядка международной напряженности, был достигнут военно-стратегический паритет между странами социалистического и капиталистического блока. Раскройте содержание этих явлений.
44. Каковы причины, цели, основные этапы и результаты перестройки?
45. Что подразумевают понятия «ускорение», «перестройка»? Какое влияние оказало внедрение гласности на изменение общественного сознания в СССР?
46. Раскройте основные направления внешней политики М.С. Горбачёва в период перестройки. Что означает понятие «Новое политическое мышление»?
47. В чём причины распада СССР? Можно ли было сохранить Советский Союз? Охарактеризуйте существующие точки зрения по данному вопросу.

48. В чем конкретно заключался план Е. Т. Гайдара «шоковая терапия»? Как он осуществлялся и что повлек за собой?

49. Либеральные реформы 90-х гг. XX в. неизбежность или были другие альтернативы? Какими были основные достижения и провалы российских реформ 90-х годов?

50. Как определяется общественный строй, территориально-политическая организация государства и форма правления России по Конституции 1993г.?

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (1 семестр – экзамен).

Экзаменационный билет содержит 2 вопроса. 1 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

1. История как наука, её предмет. Функции истории. Отличие истории от естественных наук.
2. Понятие исторического источника, виды источников, историография.
3. Методы и методология исторической науки. Формационный и цивилизационный подходы к изучению истории.
4. Основные этапы антропогенеза. Первобытное общество. Неолитическая революция и её последствия.
5. Древнейшие цивилизации. Древнейшие государства на территории России.
6. Этногенез славян. Восточные славяне и Великое переселение народов.
7. Восточные славяне в VI – IX вв. Язычество древних славян.
8. Проблема образования древнерусского государства. Первые древнерусские князья.
9. Раннесредневековые европейские государства.
10. Особенности экономического и социально-политического развития древнерусского государства в X - начале XII вв.
11. Принятие христианства на Руси, его значение.
12. Причины распада древнерусского государства. Период политической раздробленности в Западной Европе.
13. В чем специфика Европы в раннее Средневековье (середина XI – конец XV вв.)?
14. Каковы социально-экономические предпосылки возникновения городов?
15. В чем характерные черты Средневекового городского ремесла? Что представляли собой экономические основы и формы организации?
16. Как проходило образование централизованных государств в Западной Европе?
17. Русские земли и княжества в XII - XIII вв.
18. Борьба русских земель и княжеств с монгольским нашествием в XIII в.
19. Отражение русскими землями западной агрессии в XIII в.
20. Место средневековья во всемирно-историческом процессе. Складывание основ национальных государств в Западной Европе.

21. Начало государственного объединения русских земель: предпосылки, особенности, первый этап. Возвышение Москвы. Правление Ивана Калиты.
22. Второй этап объединения русских земель. Дмитрий Донской и Куликовская битва.
23. Феодалная война второй четверти XV в.
24. Специфика становления централизованного российского государства. Политика Ивана III и Василия III. Судебник 1497 г.
25. Внутренняя политика Ивана IV. Реформы 50-х гг. XVI в. Опричнина, её последствия.
26. Особенности сословно-представительной монархии в Европе и России.
27. Основные направления внешней политики Ивана IV.
28. Генезис капитализма. Его формы и сосуществование с элементами феодализма.
29. Россия на рубеже XVI-XVII вв. "Смутное время": причины, сущность, последствия.
30. Особенности социально-экономического развития России в XVII веке.
31. Соборное Уложение 1649 г. Формирование системы крепостного права в России, её юридическое оформление в середине XVII в.
32. Политическое развитие России в XVII веке. Становление абсолютной монархии.
33. Социальные движения XVII вв.: городские восстания, восстание Степана Разина.
34. Основные направления внешней политики первых Романовых.
35. Церковь и государство в XVII в.
36. Русская культура в XVII в.
37. Социально-экономические и политические преобразования Петра I.
38. Основные направления внешней политики Петра I.
39. Русская культура в первой четверти XVIII в.
40. Россия в эпоху дворцовых переворотов (XVIII в.).
41. Экономическое развитие России в середине и второй половине XVIII в.
42. "Просвещённый абсолютизм" в Европе. Политика Екатерины II.
43. Внешняя политика России во второй половине XVIII в.
44. Особенности внутренней и внешней политики Павла I.
45. Культура России в середине и второй половине XVIII в.
46. Социально-экономическое развитие России в первой половине XIX в.
47. Внутренняя политика Александра I.
48. Главные направления внешней политики России в первой четверти XIX в.
49. Движение декабристов.
50. Основные направления внутренней политики Николая I.
51. Внешняя политика России во второй четверти XIX в. Крымская война.
52. Идейные течения и общественно-политические движения в 30-50-е гг. XIX в.

53. Отмена крепостного права.
54. Реформы 60-70 гг. XIX в. и их значение.
55. Общественно-политические движения в пореформенной России.
56. Внутриполитический курс Александра III.
57. Культура России XIX в.
58. Социально-экономическое развитие России на рубеже XIX - XX вв. Реформы С. Ю. Витте.
59. Формирование политических партий в России в конце XIX - начале XX вв., их характеристика.
60. Внешняя политика России в конце XIX – начале XX в. Русско-японская война: причины, ход военных действий, итоги и последствия.
61. Россия в период революции 1905-1907 гг.
62. Первый опыт парламентаризма в России (I и II Государственные Думы).
63. Россия в период с 1907-1914 гг. Третьеиюньская монархия. Реформы П. А. Столыпина.
64. Русская культура в конце XIX в. – начале XX в.
65. Путь к Первой мировой войне: военно-политические блоки и международные конфликты.
66. Февральская революция 1917 г.: причины, сущность, последствия.
67. Россия от февраля к октябрю 1917г. Выбор путей общественного развития.
68. Октябрьская революция. II Всероссийский съезд Советов.
69. Становление советской государственности.
70. Социально-экономическая политика советской власти в 1917-1918 гг.
71. Гражданская война и интервенция в России: причины, этапы, результаты и последствия.
72. НЭП, его сущность и значение.
73. Создание Версальско-Вашингтонской системы.
74. Проблемы и противоречия послевоенного мира (20—30-е гг. XX в.).
75. Образование СССР. причины и принципы создания Союза.
76. Проведение индустриализации в СССР: методы, результаты.
77. Коллективизация в СССР: причины, методы проведения, итоги (конец 20-х - 30-х гг. XX в).
78. Культурная политика советской власти в 1920 – 1930-е годы.
79. Судьба республики в Испании.
80. Общественно-политическая жизнь и внутренняя политика в СССР в 30-е годы XX в.
81. Отношения между СССР и Германией в 1939—1941 гг.
82. Антифашистская коалиция: формирование, значение, реализованные и нереализованные возможности.
83. Начальный период Великой Отечественной войны (1941-1942 гг.)
84. Коренной перелом в Великой Отечественной войне.
85. Внешняя политика СССР в годы Великой Отечественной войны.

86. Завершающий период Великой Отечественной войны. Окончание Второй мировой войны. Решающий вклад Советского Союза в разгром фашизма.
87. СССР в послевоенные годы. Восстановление народного хозяйства и экономическое развитие (1945-1953г.).
88. Создание ООН. Место и роль ООН в современном мире.
89. Внешняя политика СССР в 1945-1953 гг. Начало Холодной войны.
90. Мировая система социализма: формирование, развитие, крах.
91. Внутренняя политика и общественное движение в СССР в 1953-1964 гг.
92. Внешняя политика СССР во второй половине 1950- первой половине 1960-х гг.
93. Социально-экономическое развитие СССР во второй половине 1960-х начале 1980-х гг. Нарастание кризисных явлений.
94. Внешняя политика СССР в 1964-1984 гг.
95. «Перестройка» в СССР.
96. Августовский политический кризис 1991г., и распад СССР. Образование СНГ.
97. Внутренняя политика Российской Федерации в 90-е гг. Формирование новой российской государственности.
98. Внутренняя политика России в начале XXI в.
99. Внешнеполитическая деятельность России в условиях новой геополитической ситуации в конце XX-XXI веке.
100. Культура в современной России (1991 - начало XXI вв.).

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 «*История (история России, всеобщая история)*» проводится в 1 семестре и включает контрольные вопросы по всем разделам рабочей программы дисциплины. Билет для **экзамена** состоит из 2 вопросов, относящихся к указанным разделам.

Пример билета для **экзамена**:

«Утверждаю» Зав. кафедрой истории и политологии Н. М. Селивёрстова (Подпись) (И. О. Фамилия) « » 20 г.	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра истории и политологии
	Код и наименование направления подготовки 38.03.02 – «Менеджмент»

Билет № 7

1. Особенности сословно-представительной монархии в Европе и России.
2. Путь к Первой мировой войне: военно-политические блоки и международные конфликты.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Орлов А.С., Георгиев В.А, Георгиева Н.Г. История России. (с ил.). Уч., 2-е изд. М.: Проспект, 2020. 680 с.
2. Всемирная история в 2 ч. Часть 1. История древнего мира и средних веков. Учебник для академического бакалавриата/ Питулько Г. Н., Полохало Ю. Н., Стецкевич Е. С., Шишкин В. В. ; Под ред. Питулько Г.Н. М.:Издательство Юрайт, 2019. 129 с.
3. Всемирная история в 2 ч. Часть 2. История нового и новейшего времени. Учебник для академического бакалавриата/ Питулько Г. Н., Полохало Ю. Н., Стецкевич Е. С., Шишкин В. В. ; Под ред. Питулько Г.Н. М.:Издательство Юрайт , 2019. 296 с.
4. История России: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы студентов/ Н. А. Захарова, Л. Б. Брежнева, М. А. Голланд, Т. А. Левченкова, Н. М. Селиверстова, О. В. Шемякина ; под ред. Н. А. Захаровой. М. : РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2014. 99 с.

Б. Дополнительная литература

1. Блок М. Апология истории или ремесло историка. М.: Наука, 1986. 256с.
2. Голиков А. Т., Круглова Т. А. Источниковедение отечественной истории. Учебн., 4-е изд. М.: Академия, 2010. 464 с.
3. Жукова Л.А., Кацва Л.А. История России в датах: Справочник. М.: Проспект, 2011. 320 с.
4. Земцов Б. Н., Шубин А. В., Данилевский И. Н. История России : учеб. пособие для втузов. СПб.: Питер, 2013. 414 с.
5. История. Рабочая тетрадь: учебно-методическое пособие/ сост. Н. А. Захарова, Л. Б. Брежнева, Т. А. Левченкова, Н. М. Селиверстова, О. В. Шемякина; под ред. Н. А. Захаровой. М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2019. 132 с.
6. История Отечества с древнейших времен до начала XXI века: Учеб. пособие / Под ред. М.В. Зотовой. М.: ООО «Издательство Астрель», 2004. 526 с.
7. Зуев М. Н. История России: учебное пособие для бакалавров: (для неисторических специальностей). М.: Юрайт, 2012. 655 с.

8. Орлов А.С., Георгиев В.А., Георгиева Н.Г., Сивохина Т.А. Хрестоматия по истории России с древнейших времен до наших дней. Учебное пособие. М.: Проспект, 2010. 592 с.
9. Отечественная история: Учебное пособие/Акылакунова А. К., Брежнева Л. Б., Захарова Н. А., Панкратьева И. А., Селиверстова Н. М. М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2007. 340 с.
10. Семеникова Л. И. Россия в мировом сообществе цивилизаций. Россия в мировом сообществе цивилизаций: учебное пособие по дисциплине "Отечественная история" для студентов вузов неисторических специальностей М.: Книжный дом «Университет», 2008. 782 с.
11. Тесты по отечественной истории: учебно-методическое пособие/сост. А. К. Акылакунова, Л. Б. Брежнева, М. А. Голланд, Е. А. Прокофьева, И. А. Панкратьева, Н. М. Селиверстова; под ред. Н. М. Селиверстовой. М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2009. 44 с.

9.2. Рекомендуемые источники научной информации

– Презентации к лекциям.

Российская научная электронная библиотека (<http://www.elibrary.ru>)

Электронные версии журналов российских и зарубежных научных издательств. Доступ по IP-адресам РХТУ.

Научные журналы:

– Журнал «Вопросы истории» ISSN 0042-8779

– Журнал «Российская история» ISSN 0869-5687

– Электронный научно-образовательный журнал «История» ISSN 2079-8784 :

<http://history.jes.su/about.html>

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет (при необходимости):

– <http://www.archeologia.ru/>

Портал электронных информационных ресурсов по археологии и истории Евразии с древности до нового времени. Основу Портала составляет открытая электронная библиотека по археологии, истории и смежным дисциплинам, включающая в себя научные и научно-популярные издания, учебники, статьи, публикации исторических источников и материалов раскопок, отчёты.

– <http://annales.info/sbo/contens/vi.htm>

Архив журнала «Вопросы истории»

– <http://www.hist.msu.ru/ER/index.html>

Библиотека электронных ресурсов исторического факультета Московского Государственного Университета им. М. В. Ломоносова. Представлена полнотекстовая коллекция исторических первоисточников разных периодов отечественной и мировой истории.

– <http://www.hrono.info/>

ХРОНОС — всемирная история в Интернете (ХРОНОС) — Хронологические таблицы с древнейших времен до настоящего времени. Библиотека: исторические источники, книги, статьи. Биографический и предметный указатели. Генеалогические таблицы. Страны и государства. Перечень исторических организаций. Религии мира. Методика преподавания истории. Всемирная история в интернете. Множество материалов по истории России: «Русское время», Русь начальная по векам, всемирная история множество биографических материалов по историческим личностям, тематические таблицы: афинские архонты, римские консулы, военно-политическая хронология франков, история папства, крестовые походы (1096—1270 гг.), кровавая смута 1605—1618 годов, великая французская революция, русская культура в XVIII—XIX веке, революция в России 1905—1907, первая мировая война, революция 1917 г. в России, хроника распада России в 1917 году, гражданская война 1918—1920 в России, вторая мировая война, СССР при Хрущёве, карибский кризис, перестройка, войны и военные конфликты XX века и многое другое.

– <http://historic.ru/>

Всемирная история — Новости. Энциклопедия. Библиотека по истории. Карты электронной библиотеки. Исследования. Поиск по сайту. Ссылки.

– <http://historic.ru/about/author.shtml>

Проект «Всемирная история» создан в образовательных целях. Включает накопленный за советский период материал в виде книг, изданных в СССР, царской России и дополнен текущими исследованиями по всемирной истории и новостными статьями.

– <http://old-rus.narod.ru/>

Древнерусские карты. Хронограф. Великие князья и цари. Русские патриархи и митрополиты. Служилые чины и звания. Власть в древней Руси. Статьи и исследования.

– <http://www.praviteli.org/>

Целью создания данного электронного ресурса является изложение истории России и Советского Союза в контексте архонтологии — исторической дисциплины, изучающей историю должностей в государственных, международных, политических, религиозных и других общественных структурах. В число политических деятелей, чьи краткие биографии представлены в «Правителях России и Советского Союза» включены в основном те, кто занимал государственные посты, эквивалентные современным понятиям «глава государства» и «глава правительства». Также представлена информация о структуре высшего руководства Коммунистической партии Советского Союза и ее предшественников.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации лекций (общее число слайдов – 280);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 250);
- банк тестовых заданий для итогового 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 01.01.2022 г. составляет 1 716 243 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 (история России, всеобщая история)*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Аудитория, обеспеченная компьютером и мультимедийным проектором (обеспечение презентаций лекций и самостоятельных разработок студентов).

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Карты по истории.

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

Библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

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

Электронные образовательные ресурсы, электронные презентации к разделам лекционных курсов.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии	Возможность дистанционного использования
1	WINDOWS 8.1 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	бессрочно	Лицензия на операционную систему Microsoft Windows 8.1. ПО, не принимающее прямого участия в образовательных процессах.	Нет
2.	Microsoft Office Standard 2013	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	бессрочная	Лицензия на ПО, принимающее участие в образовательных процессах.	Нет
3.	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none">• Word• Excel	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую	Лицензия на ПО, принимающее участие в образовательных процессах.	Нет

	<ul style="list-style-type: none"> • Power Point • Outlook • OneNote • Access • Publisher • InfoPath 		версию продукта)		
--	--	--	------------------	--	--

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Особенности становления государственности в России по сравнению с европейскими раннесредневековыми государствами.</p>	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные направления, проблемы и методы исторической науки; – основные этапы и ключевые события истории России и мира; особенности развития российского государства, выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории. <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; анализировать социально-значимые проблемы; – формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории. <p><i>владеет:</i></p>	<p>Оценка за контрольную работу №1 Оценка за реферат Оценка за экзамен</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – представлениями об истории как науке, ее месте в системе гуманитарного знания; – представлениями об основных этапах в истории человечества и их хронологии; – категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины; – навыками анализа исторических источников. 	
<p>Раздел 2. От Нового к Новейшему времени. Российская империя в XVIII- начале XX в.</p>	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные направления, проблемы и методы исторической науки; – основные этапы и ключевые события истории России и мира; особенности развития российского государства, выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории. <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; анализировать социально-значимые проблемы; – формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории. <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – представлениями об основных этапах в истории человечества и их хронологии; – категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины; – навыками анализа исторических источников. 	<p>Оценка за контрольную работу №2 Оценка за реферат Оценка за экзамен</p>

<p>Раздел 3. Всемирно-исторический процесс и XX век. От советского государства к современной России.</p>	<p><i>знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные направления, проблемы и методы исторической науки; – основные этапы и ключевые события истории России и мира; особенности развития российского государства, выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории. <p><i>умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; анализировать социально-значимые проблемы; – формулировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории. <p><i>владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – представлениями об основных этапах в истории человечества и их хронологии; – категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины; – навыками анализа исторических источников. 	<p>Оценка за контрольную работу №3 Оценка за реферат Оценка за экзамен</p>
---	--	---

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
«История (история России, всеобщая история)»
для 38.03.02 «Менеджмент»
код и наименование направления подготовки (специальности)

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

« ____ » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Русский язык и культура речи»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки «Менеджмент организации», «Маркетинг»

Квалификация «бакалавр»

Очная и очно-заочная формы обучения

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

« ____ » _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена ст. преподавателем кафедры русского языка Будко О.Ф.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры русского языка
« 12 _____ » мая _____ 2022 г., протокол № 9 _____

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**, рекомендациями методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой русского языка РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение двух семестров.

Дисциплина *«Русский язык и культура речи»* относится к дисциплинам базовой части дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую языковую подготовку.

Цель дисциплины – повышение общей и профессиональной культуры речевого общения специалиста, способного реализовывать свои коммуникативные потребности в современном обществе на основе принципов эффективности, коммуникативной целесообразности и комфортности, личного достоинства, высокой общей и профессиональной культуры, уважения к другим людям.

Задачи изучения дисциплины:

- совершенствование языковой личности (языковой, коммуникативной и общекультурной компетенций);
- овладение литературными нормами современного русского языка;
- формирование речевой культуры в сфере учебно-научной деятельности;
- овладение деловым этикетом и навыками профессионального общения;
- развитие интереса к родному языку;
- формирование практической потребности в саморазвитии и совершенствовании личности.

Дисциплина *«Русский язык и культура речи»* преподается в первом 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 формирование 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 основные способы сочетаемости лексических единиц и основные словообразовательные модели, русские эквиваленты основных слов и выражений профессиональной речи УК 4.2. Знает основные приемы и методы реферирования и аннотирования литературы по специальности, приемы работы с оригинальной литературой по специальности УК 4.3. Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном языках УК 4.4. Владеет ведением деловой переписки с учетом

		особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках УК 4.5. Владеет навыками речевой деятельности применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации, основами публичной речи
--	--	--

В результате изучения дисциплины студент должен

Знать

- основные понятия дисциплины: *язык, речь, текст, функциональные стили, речевая ситуация, языковая личность;*

- специфику устной и письменной речи;
- особенности современной социолингвистической ситуации;
- этику и этикет профессионального речевого общения;
- специфику научного языка, жанры научного стиля речи, композиционную структуру и средства оформления научной работы;
- особенности официально-делового стиля, правила составления документа;
- нормы русского литературного языка (РЛЯ);
- правила подготовки текстов разных видов публичного выступления, приемы убеждения и законы коммуникации;
- стратегии и тактики делового общения, управления.

Уметь:

- логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;
- трансформировать письменный текст в устную форму речи;
- создавать на основе научного произведения вторичные жанры письменного текста (план, тезисы, аннотацию, реферат), следуя нормам научной речи;
- составлять деловые документы в соответствии с нормативными требованиями;
- отличать кодифицированную речь от некодифицированной;
- находить в тексте речевые ошибки и устранять их;
- анализировать текст с точки зрения стилистических особенностей и использования образительно-выразительных средств языка;
- составлять текст публичного выступления разных жанров;
- выступать публично и участвовать в дискуссии;
- использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения
- осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

Владеть:

- ведением деловой переписки на русском и иностранном(ых) языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках;
- навыками эффективной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности (структурированием публичного выступления, аргументации, ведения дискуссии).

– ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54

Контактная работа – аудиторные занятия:	1	32,2	24,15
Лекции			
Практические занятия (ПЗ)	1	32	24
Самостоятельная работа	1	39,8	29,8
Контактная самостоятельная работа	1	39,	29
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		0,2	0,15
Вид итогового контроля:	ЗАЧЕТ		

– СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Контактные	Практические	Самостоятельная работа
1.	Раздел 1. Лингвистика текста	14	6	6	8
1.1.	Русский язык и культура речи как предмет, как составляющая жизненного и профессионального успеха.	4	2	2	2
1.2.	Компоненты ситуации общения и успешность коммуникации	4	2	2	2
1.3.	Многообразие языковых средств. Отбор языковых средств, обеспечивающих эффективную коммуникацию в определенной ситуации	6	2	2	4
2.	Раздел 2. Культура научной речи и деловой речи	30	14	14	16
2.1.	Лингвистика научного текста	6	2	2	4
2.2.	Оформление научной работы	8	4	4	4
2.3.	Особенности официально-делового стиля. Письменные формы деловой речи.	8	4	4	4
2.4.	Устные формы деловой речи. Речевой этикет.	8	4	4	4
3.	Раздел 3. Нормативный аспект культуры речи	14	6	6	8
3.1.	Определение нормативности и вариантности. Орфоэпические нормы русского литературного языка (РЛЯ).	3	1	1	2
3.2.	Лексические нормы РЛЯ, причины их нарушения.	4	2	2	2
3.3.	Грамматические нормы РЛЯ, случаи их нарушения.	4	2	2	2
3.4.	Орфографические и пунктуационные нормы РЛЯ.	3	1	1	2
4.	Раздел 4. Правила подготовки публичной речи	14	6	6	8
4.1.	Правила подготовки публичного выступления – монолога.	10	4	4	4
4.2.	Основы полемического мастерства.	4	2,2	2,2	3,8
	ИТОГО	72	32,2	32,2	39,8

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Лингвистика текста

1.1. Русский язык и культура речи как предмет, как составляющая жизненного и профессионального успеха. Задачи и место курса в подготовке бакалавра, специалиста и магистранта. Проблема престижа и практической востребованности речевой культуры в наше время. Основные понятия дисциплины: язык, речь, речевая ситуация, культура речи и 3 её составляющие: языковые нормы, функциональные стили и речевой этикет; структура национального языка: литературный язык и нелитературные типы речи (жаргонизмы, диалектизмы, просторечие, табуированная лексика). Влияние языка на формирование личности человека, понятие *языковая личность*. Русский язык как способ существования русского национального мышления и русской культуры и как знаковая система передачи информации. РЯ как мировой язык Исторические сведения о русском языке. Современная речевая ситуация конца XX – начала XXI вв.: разрушение орфографических и стилистических норм, стремительный рост ошибок, изменение орфоэпических норм, отражение процессов цифровизации в языке и речи.

1.2. Компоненты ситуации общения и успешность коммуникации. Понятия *общение* и *речевая ситуация*. Модель коммуникации по Р.О. Якобсону. Модель Якобсона в общей структуре деятельности людей – профессиональной и общественной. Цели общения (коммуникативные цели). Что значит «достигнуть коммуникативной цели»? Различия в коммуникативной и языковой компетенции носителей языка. Позиция отправителя текста (говорящего или пишущего) и получателя текста (слушателя или читателя). Задачи участников общения. Цель общения - получение и передача необходимой информации. Взаимодействие, сотрудничество, конфликт отправителя и получателя текста. Полное и неполное понимание текста. Неспособность говорящего решить языковыми средствами поставленную задачу – наилучшим образом выразить свою мысль и неспособность получателя текста декодировать текст. Речевые ошибки и коммуникативные неудачи, возможные их причины. Коммуникативная компетенция носителя РЯ – умение строить и воспринимать устные и письменные тексты разных жанров в различных ситуациях общения, тем самым достигать своих целей, не нарушая принципов культуры, морали, коммуникативной комфортности.

Языковая компетенция носителя РЯ - знание и соблюдение орфографических, орфоэпических, грамматических норм, знание значений и правил употребления слов.

1.3. Многообразие языковых средств. Отбор языковых средств, обеспечивающих

эффективную коммуникацию в определенной ситуации. Типы речевых ситуаций и функциональные разновидности современного русского языка. Официальные и неофициальные ситуации общения. Подготовленная и спонтанная речь. Формы речи (письменная и устная) и их специфика. Характер соотношения письменного и устного ряда речевых проявлений. Монолог и диалог (полилог). Функциональные стили (научный, официально-деловой, публицистический). Разговорная речь. Язык художественной литературы.

Раздел 2. Культура научной речи и деловой речи

2.1. Лингвистика научного текста. Особенности научного стиля речи. Термины, особенности научной терминологии. Разновидности научного стиля (собственно научный, учебно-научный, научно-информационный, научно-публицистический). Специфика использования элементов различных языковых уровней (лексического, морфологического, синтаксического) в научной речи.

2.2. Оформление научной работы. Организация научного текста. Рубрикация текста, главы, разделы, названия отдельных частей. Оформление библиографии, цитаты. Сноски.

Список использованной литературы (алфавитный, структурный). Включение источников на иностранных языках, включение словарей, справочников, ссылки на электронный документ. Виды компрессии научного текста: конспект, план, тезисы, виды рефератов. Жанры устной научной речи. Краткая характеристика реферативного сообщения, лекции и доклада.

2.3. Особенности официально-делового стиля. Письменные формы деловой речи. Официально-деловой стиль речи, его лексико-грамматические особенности, речевые клише; его разновидности (подстили) и сферы функционирования (административная, правовая, дипломатическая), жанровое разнообразие. Новые явления в официально-деловом стиле.

Строгость норм письменной формы делового общения. Жанры письменной деловой коммуникации. Канцелярский документ как особый тип текста и его языковые особенности: унификация языка и текста документа, языковые формулы официальных документов; интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи. Документы личного пользования (заявление, расписка, доверенность, ходатайство, автобиография, резюме). Служебная корреспонденция (деловое письмо и его виды, инструкция). Структура документа; правила составления документов; подготовка информационных и аналитических обзоров и дайджестов. Речевой этикет в деловой переписке.

2.4. Устные формы деловой речи. Особенности устной деловой речи (сочетание элементов профессионального, делового и разговорного языков). Национальные особенности русского речевого этикета и деловой речевой этикет. Принцип вежливости Дж. Лича. Постулаты сотрудничества П.Д. Грайса. Законы коммуникации и правила убеждения. Факторы, снижающие эффективность делового общения. Жанровые разновидности устной деловой речи: деловая беседа, презентация, переговоры, совещание, деловой разговор по телефону, их структурные и коммуникативные особенности. Основы межкультурной коммуникации в деловом общении.

Раздел 3. Нормативный аспект культуры речи

3.1. Определение нормативности и вариантности. Орфоэпические нормы русского литературного языка. Языковая норма, её роль в становлении и функционировании русского литературного языка. Определение понятий кодификация и фактор социального престижа. Понятие вариантности языковой нормы. Правильность и мастерство речи. Разновидности языковых норм. Произносительные нормы РЛЯ (орфоэпия). Основные правила произношения заимствованных слов, правила произнесения согласных звуков. Особенности русского ударения. Орфоэпические словари и справочники.

3.2. Лексические нормы РЛЯ, причины их нарушения. Значение слова и лексическая сочетаемость. Точность речи: правильность выбора слова из ряда единиц, близких ему по значению или по форме (синонимы, паронимы, омофоны). Функционально-смысловая принадлежность слова. Уместность использования слова в той или иной коммуникативной ситуации. Иноязычные слова в современной русской речи. Распространенные лексические ошибки: плеоназм и тавтология. Русская фразеология и выразительность речи.

3.3. Грамматические нормы РЛЯ, случаи их нарушения. Особенности русского словообразования. Строгое соблюдение морфологических норм современного русского языка. Трудные случаи употребления имен существительных. Изменения, происходящие в употреблении числительных. Синтаксические нормы: трудные случаи именного и глагольного управления. Согласование подлежащего и сказуемого в формах числа. Употребление деепричастных оборотов.

3.4. Орфографические и пунктуационные нормы РЛЯ. Орфографические и пунктуационные нормы, актуальные для делового письма: правописание приставок, суффиксов и окончаний разных частей речи, предлогов, частиц, употребление прописных букв, употребление знаков препинания в простом и сложном предложениях.

Раздел 4. Правила подготовки публичного выступления.

4.1. Правила подготовки публичного выступления – монолога. Особенности публицистического стиля речи. Риторический идеал современного человека. Устное публичное выступление, его виды и общие требования к подготовке публичного выступления

в зависимости от цели выступления: информационное (и рекламное) выступление, протоколно-этикетное и правила подготовки поздравительных и приветственных речей. Особенности аргументирующей (убеждающей) речи, виды убеждающей речи. Выбор аргументов в зависимости от типа аудитории Основные этапы работы над речью. Изобретение содержания речи. Смысловые модели и способы их применения в выступлении. Расположение содержания речи. Вступление и заключение как композиционные части выступления. Словесное выражение содержания. Языковые средства выразительности как способ эффективного воздействия на слушателей. Оратор и аудитория: основы мастерства публичного произнесения речи. Роль техники речи в процессе работы над выступлением.

4.2. Основы полемического мастерства. Роль публичных дискуссий в современном обществе. Понятие спора, его цели и виды. Аргументация как процесс доказательства, правила аргументации. Основные стратегии и тактики спора. Подготовка к дискуссии и правила участия в ней.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины студент должен:	Разделы			
	1	2	3	4
Знать:				
- основные понятия курса: <i>язык, речь, текст, функциональные стили, речевая ситуация, языковая личность;</i>	+			
- специфику устной и письменной речи;	+	+		+
- особенности современной социолингвистической ситуации;	+			+
- этику и этикет профессионального речевого общения;	+	+		+
-специфику научного языка, жанры научного стиля речи, композиционную структуру и средства оформления научной работы;		+		
-особенности официально-делового стиля, правила составления документа;		+	+	
- нормы литературного языка;			+	
-правила подготовки текстов разных видов публичного выступления, приемы убеждения и законы коммуникации.	+			+
-методы делового общения, управления.				
Уметь:				
- логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь;	+	+		+
- трансформировать письменный текст в устную форму речи;	+	+		+
- отличать кодифицированную речь от некодифицированной;			+	
- находить в тексте речевые ошибки и устранять их;			+	
- создавать на основе научного произведения вторичные жанры письменного текста (план, тезисы, аннотацию, реферат), следуя нормам научной речи;		+		
- анализировать текст с точки зрения стилевых особенностей и	+			+

использования изобразительно-выразительных средств языка;					+
-составлять деловые документы в соответствии с нормативными требованиями;		+			
- составлять текст публичного выступления разных жанров;					+
- выступать публично и участвовать в дискуссии.					+
- использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения;	+	+			
- осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	+	+	+		+
Владеть:					
- ведением деловой переписки на русском и иностранном(ых) языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках;		+	+		
-навыками эффективной коммуникации в учебной и профессиональной деятельности (публичного выступления, аргументации, ведения дискуссии).	+	+	+	+	
В результате освоения дисциплины у студента должны быть сформированы следующие универсальные <i>компетенции и индикаторы их достижения:</i>					
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора				
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых)	УК 4.1. Знает основные способы сочетаемости лексических единиц и основные словообразовательные модели, русские эквиваленты основных слов и выражений профессиональной речи	+	+		+
	УК 4.2. Знает основные приемы и методы реферирования и аннотирования литературы по специальности, приемы работы с оригинальной литературой по специальности	+	+	+	+
	УК 4.3. Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном языках	+	+	+	
	УК 4.4. Владеет ведением деловой переписки с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках	+	+	+	
	УК 4.5. Владеет навыками речевой деятельности применительно к сфере бытовой и профессиональной	+	+		+

	коммуникации, основами публичной речи				
--	---------------------------------------	--	--	--	--

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия.

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Практическое занятие	Кол-во часов
1.	Раздел 1.	Обсуждение вопроса: «Прошлое, настоящее и будущее русского языка». Создание письменных текстов разных стилей речи. Трансформация письменного текста в устную форму и наоборот.	6
2.	Раздел 2.	Анализ языковых особенностей научного текста. Составление конспекта статьи по специальности и Изложение содержания статьи (по плану, ключевым словам). Составление аннотации, реферата по заданной научной статье. Выступление с реферативным сообщением (защита рефератов). Деловая игра «Научная конференция по вопросу...» (студенты предлагают тему). Составление заявления, автобиографии, резюме, доверенности, объяснительной записки. Составление делового письма.	14
3.	Раздел 3.	Повторение правил ударения, употребления слов, грамматических правил. Самостоятельные работы по видам норм.	6
4.	Раздел 4.	Правила составления публичной речи: структура публичного выступления (роль вступления и заключения, приемы привлечения и поддержания внимания аудитории). Выступления с подготовленной дома публичной речью разных жанров и последующим её анализом. Правила ведения дискуссии. Анализ телепередач дискуссионного характера (например, «Агора», «Власть факта» на канале «Культура» и т.п.) Проведение обсуждения заранее заданной темы (по выбору учащихся).	6

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

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

- ознакомление с рекомендованной литературой, работу с электронно-библиотечными системами ЭБС «Лань»;

8. регулярную проработку теоретических сведений, полученных на практических занятиях, учебного материала и подготовку к выполнению контрольных работ по разделам курса;

9. подготовку к интерактивным формам проведения занятий;

10. участие во внеаудиторных мероприятиях РХТУ им. Д.И.

Менделеева, совершенствующих речевую культуру студентов: конкурс ораторов,

Олимпиада по русскому языку, научная студенческая конференция, поэтические уроки.

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 - 60 баллов (по 20 баллов за каждую контрольную работу) и оценивания подготовки к практическим занятиям - 40 баллов :

- 1) самопрезентация – 5 баллов;
- 2) составление реферата-конспекта и защита реферата на деловой игре «Научная конференция» – (оценивается правильность оформления письменного текста, научность стиля - соответствие жанру реферата и реферативного сообщения, содержательность и логичность изложения) - 15 баллов; п. 8.1.
- 3) редактирование частных документов – 5 баллов.
- 4) Самостоятельная работа по нормам литературного языка – 10 баллов.
- 5) Анализ речевого поведения участников дискуссии (телепередач «Агора», «Власть факта» , «Культура без границ», «Человек и его границы: этическое усилие и культура», на канале «Культура» <https://www.culture.ru/live/archive>) - 5 баллов.

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

(Составление рефератов-конспектов по научной статье по выбору учащегося).

1. Язык и общество

- 1) 1.Кирилина А. Глобализация и судьбы языков // ЛГ, 8-12.02.2012, №5.
- 2) 2.Химик В.В. Национальная идея и русский язык // Политическая лингвистика, Екатеринбург. Вып.3, 2008. - С.9-16.

2. Язык и мышление

- 1) Гаспаров М. Интеллектуалы, интеллигенты, интеллигентность; сб. „Российская интеллигенция: история и судьба“. М.: Наука, 1999. - С.1-8. https://imwerden.de/pdf/gasparov_intellektualy.pdf
- 2) Стрельникова Л. Цифровое слабоумие // ж. Химия и жизнь. - №.12, 2014. <https://hij.ru/read/articles/man/5210/>
- 3) Лихачев Д.С. Интеллигентность. Избранное: Мысли о жизни, истории, культуре. – М., 2006. - С. 61-71.
- 4) Семеновских Т.В. Клиповое сознание - феномен современности. Интернет-журнал «Науковедение». <https://naukovedenie.ru/PDF/105PVN514.pdf>

- 5) Стернин И.А. Можно ли культурно формировать культуру в современной России? Сайт И.А. Стернина – https://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/
- 6) Химик В.В. Ментальная инфантильность в русской социокультуре и речевой действительности // МИРС, №1/2011. - С. 31
- 7) Эпштейн М.Н. Амероссия. Двукультурие и свобода. Речь при получении премии «Liberty». Вступит. заметка Александра Гениса // Звезда, <https://magazines.gorky.media/authors/e/mihail-epshtejn>
- 8) Вербицкая Л.А. Русский язык в России и за её пределами // Русский язык за рубежом. № 3, 2014.
- 9) Эпштейн М.Н. О гуманитарном изобретательстве. *Опубликовано в журнале НЛО*, №2, 2016. <https://magazines.gorky.media/authors/e/mihail-epshtejn>

и **Язык научного и делового общения**

- 1) Кортава Т.В. Этический кодекс русского чиновника XVII века// РЯЗР, №1, 2014. - С.55-60
- 2) Лебедев В.К. Умеренность и аккуратность // РЯЗР, №1, 2011. - С.44-48
- 3) Д.С. Лихачев Как писать. Письмо 21. «Письма о добром и прекрасном». - С.61-69. https://imwerden.de/pdf/lihachev_pisma_o_dobrom_2006_text.pdf
- 4) Химик В.В. «Коммуникативно-речевые идеалы современного чиновника» //Филологический класс, 24/2010. - С.45-48.

3. **Роль языковой нормы в обществе**

- 1) Литневская Е.И. О языковой норме письменной речи и проблемах ее кодификации в начале XX1 века. Мир русского слова № 1 / 2018. - С. 30-34
- 2) Лалетина А.О. Языковая норма в эпоху глобализации. Ученые записки Казанского университета, Том 153, кн. 6, Гуманитарные науки, 2011. - С. 220-228.
- 3) .Стернин И.А. Эмоция и оценка в семантике слова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. - № 4, 2018. - С. 75–96. Соавтор Д.Ю. Просовецкий..
- 4) Филимонова Е. Б. Экология речевой культуры. <http://www.informio.ru/publications/id3253/Statja-Yekologija-rechevoi-kultury>

4. **Проблемы современной коммуникации**

- 1) Бартош А.В., Нечаева Е.А. Комплимент как главное средство гармонизации межличностных отношений. - Вестник гуманитарного факультета Ивановского государственного химико-технологического университета. №3, 2008г.
- 2) Воронцова Т. А. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации. Вестник Удмуртского университета. Серия История и филология. №2, 2016. - С.109-116.
- 3) Здорикова Ю.Н. Речевая культура современного студенчества: необходимость исследования академической речи молодежи; Известия высших учебных заведений Серия «Гуманитарные науки». 2013. - С.319-323. <https://www.isuct.ru/e-publ/gum/ru/node/620>
- 4) Еранцева Т.А Анализ уровня речевой культуры студентов. <https://core.ac.uk/download/pdf/38642595.pdf> Сковородников А.П. «О предмете эколлингвистики применительно к состоянию современного русского языка».
- 5) Лекант П.А. Критическая ситуация в современной публичной речи.//Филологический класс, 24/2010. – С.43

- 6) Сатина Т.В. Повышение уровня речевой культуры студентов как ключевой фактор их личностного и профессионального роста // Современные проблемы науки и образования. — Текст: электронный, № 5, 2019. - URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=29238> (дата обращения: 28.11.2019) — <URL:<http://elib.fa.ru/art2019/bv2354.pdf>>. — Текст: электронный

8.2. Примеры контрольных вопросов

для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы 60 баллов (20 баллов за каждую).

8.2.1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1

Лингвистика текста

Максимальная оценка 20 баллов (контрольная работа состоит из 2 частей: тест из 10 вопросов по 1 баллу за ответ – 10 баллов и работа с текстами №11 – 5 баллов, 12 - 5 баллов)..

- 1 «Язык» - это и «речь» - это Они находятся в отношении.....
- 2 Речевая ситуация - это, характеризуется
3. Отметьте ряды слов, в которых перечислены все лингвистические особенности русского языка:
 1. Неподвижное ударение, отсутствие синонимов, флективность.
 2. Редукция гласных, большое количество заимствований, смысловоразличительная функция порядка слов.
 3. Вялость артикуляции, выразительность, небольшое кол-во исключений.
 4. Свободное ударение, лексическое богатство, активность артикуляции.
- 5..Укажите признаки мирового языка:
 1. Сознательное согласие принять данный язык как мировой.
 2. Глобальность распространения языка.
 3. Лингвистические качества языка.
 4. Свободное заимствование слов из других языков.
6. Литературный язык - это ...
7. Назовите особенности устной речи:
 1. Спонтанность создания. 2. Присутствие адресата в момент речи. 3. Высокая степень нормированности. 4. Стяженность и неполнота. 5. Полное развернутое выражение мысли.
8. Что объединяет научный и официально-деловой стиль речи?
9. Отметьте ряд слов, называющих особенности публицистического стиля речи:
 1. Объективность, безэмоциональность, обобщенность, точность.
 2. Абстрактность, логичность, обобщенность, информативность.
 3. Диалогичность, выразительность, эмоциональность, простота.
 4. Логичность, образность, эмоциональность, доступность изложения.
10. Сформулируйте и запишите главную мысль текста:

В нашем сложном и взаимозависимом мире очень много тревожных проблем. И все же самая главная, на мой взгляд, перемена психологии людей. Очень тревожная проблема, которая возникла в XX веке, пришла с XX веком. Это дегуманизация. «Де» обозначает «разрушение». Дегуманизация – процесс уничтожения гуманности. Ужасные войны и испытания, которые перенесли народы в XX веке, привели к кризису гуманизма. Не любовь к ближнему движет человечеством. Сегодня преобладает

рационалистическое мышление и многие думают лишь о том, как бы прожить собственную жизнь. И прожить её безбедно, без лишних усилий (по Д.С.Лихачеву).

11. *Используя приемы диалогизации, трансформируйте текст из письменной формы в устную.*

Мораль – это один из способов регулирования человеческих отношений и поведения с помощью исторических сложившихся «неписанных» норм и правил, согласно которым поступки людей оцениваются как добрые или злые, справедливые или несправедливые, честные или бесчестные, достойные или недостойные, моральные или аморальные.

Нормы и правила, складывающиеся веками в процессе общежития и совместной деятельности многих поколений разных народов и являющиеся одним из основных приобретений культуры, официально нигде не записаны и долгое время изустно передавались от отцов детям, от старших младшим, от одного поколения другому.

12. *Напишите связный текст «Я как языковая личность», ориентируясь на вопросы:.*

Чем я отличаюсь как носитель русского языка, как русская языковая личность от других носителей русского языка (степень владения родным и неродными языками, владение механизмами памяти, говорения, аудирования; моё поведение в компании, среди людей: степень свободы, раскованности, владения собой; мои любимые книги, мое отношение к чтению, к искусству, мои увлечения)? Владею ли я всеми ресурсами РЯ, необходимыми мне для самовыражения и взаимодействия с другими людьми (владение стилями, нормами языка, интонацией, много ли и часто ли пишу, есть ли у меня дефекты речи)? Чему мне надо научиться, чтобы усовершенствовать мои коммуникативные взаимодействия?

8.2.2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2

Культура научной и деловой речи

Максимальная оценка 20 баллов (контрольная работа состоит из 2 частей:

1 блиц-опрос из 10 вопросов по 1 баллу за ответ и 10 баллов за выполнение заданий 2 - 4).

1.Блиц-опрос:

- 1) Перечислите основные характерные черты, различающие научный и официально-деловой стили речи.
- 2) Перечислите структурные части научного текста?
- 3) Назовите три жанра вторичного текста.
- 4) По какому критерию классифицируются разновидности научного стиля речи?
- 5) Чем реферат отличается от реферативного сообщения?
- 6) Чем библиографическая аннотация отличается от авторской?
- 7) *Дайте названия документам по следующим определениям:*
 - официальное сообщение причины, повлекшей проступок –
 - удостоверяющий получение чего-либо –
 - документ-просьба
- 8) *Выпишите слова и словосочетания, употребляющиеся только в официально-деловом языке:*

один-одинешенек, терем, придумать фэнси, заявка на участие, заводиче, факсик, распорядок дня, меланхоличный, делопроизводство, обусловить, денежки, получить командировку, составить документ, напишите свои хотелки, произвести наезд, наше решение.
- 9) *Выберите (из предложенных в скобках) термин, соответствующий дефиниции:*
 - Выпускается много бумажных денег или количество товаров, которые продаются населению, *уменьшается (обесценивание, девальвация, деструктуризация, инфляция, диссипация).*
 - Научный труд, углубленно разрабатывающий одну тему, один круг вопросов *(статья, монолог, монография, мониторинг)*
- 10) *Отредактируйте предложение с точки зрения удобства его восприятия:*

Чтобы получить с должников необходимые в сущности для снабжения их же самих средства, жилищное агентство проводит постоянную работу по взысканию задолженностей через суд.

2. Сократите данную информацию до тезиса – 2 б.

Даже у самых смелых эволюционистов прошлого не хватало воображения, чтобы представить себе беспредельность развития мира, например, дарвинист Э. Геккель, утверждавший принцип развития на уровне живых организмов, нисколько не сомневался, что Вселенная вечна и неизменна, и эта точка зрения до сих пор находит сторонников в астрономии, хотя все более широкое признание получает эволюционная космология.

3. Из предложений составьте текст и докажите его принадлежность к определенному подстилю речи. Составьте назывной план текста – 5 баллов

1. Ориентация на тесты с выбором ответов развивает у учащихся и студентов примитивизм мышления, формирует особое примитивное "тестовое мышление".
2. Такие тесты можно выполнить, просто угадав.
3. Но можно ответить "сообразив".
4. В любом случае, результат тестирования в крайне малой степени отражает собственно знания.
5. Он скорее отражает сообразительность, «нахватанность», поверхностное знакомство с предметом.
6. Такими тестами мы отвращаем детей от творческого мышления, от необходимости получить систематическое, углубленное знание.
(И.А.Стернин).

4. Объясните действие коммуникативного закона «Зависимость эффективности общения от объема коммуникативных усилий» и приведите пример его действия в деловом общении – 3 балла.

**8.2.3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3
Правила подготовки публичного выступления.**

Выступление с убеждающей речью по заранее выбранной теме, подготовленной дома.

Максимальная оценка - 20 баллов (критерии оценки: структура речи, содержательность мысли, устность, аргументированность, убежденность).

Оценка **публичной речи** формируются на основе соблюдения следующих **требований**:

1. Четко сформулирован тезис, который доказывается.
2. Подобрано не менее 3 аргументов, доказывающих истинность тезиса.
3. Эффективное вступление и заключение.
4. Используются приемы привлечения внимания, приемы удержания внимания аудитории, приемы диалогизации.
5. Используются средства выразительности.
6. Способ произношения (чтение текста, с опорой на план, без опоры на текст).
7. Соблюдение регламента (5 минут).

Примерная тематика публичных выступлений.

1. Искусственный интеллект и развитие человечества?
2. Высшее образование и личное благополучие?
3. Дистанционное обучение: плюсы и минусы.
4. Спасет ли мир от пандемии вакцина?
5. Богатство материальное или духовное - цель современного общества?
6. Возможно ли объединить человечество одним языком?

7. Какая профессия станет профессией будущего?
8. Риторика – искусство искать истину или искусство обманывать?
9. Человек – хозяин природы?
10. Мат в речи изменяет жизнь людей?
11. Лженаука проявляется в языке.
12. «После хлеба самое важное для народа – школа» Ж.Дантон.
13. «Только тот учитель и будет действовать плодотворно на всю массу учеников, который сам силен в науке, ею обладает и её любит» Д.И.Менделеев.
14. «Русский ум всего ярче проявляется в глупостях» В.О.Ключевский.
15. «Нет правды в человеке, который не в состоянии контролировать свой язык» М.Ганди.

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. Введенская Л.А., Павлова Л.Г., Кашаева Е.А. Русский язык. Культура речи. Русский язык и культура речи – учебник. – Изд-во «Феникс». Серия Высшее образование. – 2016 – 539 с.
2. Культура устной и письменной речи делового человека: Справочник-практикум. М.: Флинта; Наука. – 2018. – 315 с.
3. Будко О.Ф. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс]: учебное пособие / О. Ф. Будко. - М. : РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2010. - 120 с. : ил. - Библиогр.: с. 119-120. - ISBN 978-5-7237-0852-5 : 38.6 р. Номер методического пособия: 4738n https://lib.muotr.ru/digital_library_book/1100

Б. Дополнительная справочная литература

4. Гаврилова Н. А. Русский язык и культура речи: учебное пособие .- Издательство "Лань".- 2022. - 264 с.-. Текст : электронный // ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/book/166930>
5. Валитова Н. Р. Основы ораторского мастерства : учебное пособие / Валитова Н. Р. , Паутов А. Д. - Омск : Изд-во СибГУФК, 2016. - 196 с. - Текст : электронный // ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/book/107630>
6. Зинковская Н. Я. Культура научной и деловой речи. Нормативный текст : учебное пособие / Н. Я. Зинковская, Н. И. Колесникова, Т. Л. Мистюк, Т. Г. Ольховская; под ред. Н. И. Колесниковой. - Новосибирск : НГТУ, 2019. - 76 с.- Текст : электронный // ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/book/152381>
7. Марьева М. В. Научный стиль русского языка. Практикум.- Учебное пособие.- Издательство «Лань».- 2022.- 116 с.- Текст : электронный // ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/book/169263>
8. Зинсер У. Как писать хорошо : Классическое руководство по созданию нехудожественных текстов / У. Зинсер; пер. с англ. - 5-е изд. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 292 с. - Текст электронный // ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/book/140449>.

9. Лементуева Л. В. Публичное выступление / Лементуева Л. В. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018. - 128 с. - Текст : электронный // ЭБС Лань (дата обращения: 10.10.2022). - Режим доступа : по подписке.SBN9785829126735.html
10. Кузин Ф.А. Культура делового общения: Практическое пособие.- 6-е изд., перераб.и доп.- М.: Ось-89, 2010. – 320с.:ил. (Электронный ресурс) <https://knigogid.ru/books/102811-kultura-delovogo-obscheniya/toread>
11. Сесно Ф. Как узнать всё, что нужно, задавая правильные вопросы / Ф. Сесно. Москва : Альпина Паблишер, 2018. - 316 с. - ISBN 978-5-9614-7088-8. - Текст : электронный // ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/book/125803>
12. Стернин И.А. Практическая риторика: Учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений.- М.: Издательский центр «Академия», 2014. - 272 с. <http://sterninia.ru/>
13. Эверетт Д. Как начинался язык : История величайшего изобретения / Д. Эверетт. - Москва : Альпина нон-фикшн, 2019. - 424 с. - ISBN 978-5-91671-950-5. - Текст : электронный // ЭБС Лань <https://e.lanbook.com/book/125800>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Презентации к лекциям

Научно-технические журналы:

1. «Химия и жизнь» ISSN 0130-5972.
2. «Наука и жизнь» ISSN печатной версии 0028-1263. Режим доступа <https://www.nkj.ru/>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». – URL: <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 01.03.2020).
- Грамматика русского языка- электронная версия Академической грамматики русского языка, составленной Академией наук СССР (Институт русского языка) - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://rusgram.narod.ru>
- Грамота.ру - справочно-информационный интернет-портал «Русский язык» - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.gramota.ru>
- Национальный корпус русского языка – информационно-справочная система, содержащая миллионы текстов на русском языке - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.ruscorpora.ru>
- Русский язык: говорим и пишем правильно - ресурс о культуре письменной и устной речи - <http://www.gramma.ru>
- Словари.ру - ресурс, содержащий обширную коллекцию онлайн-словарей русского языка - [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.slovari.ru>

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации лекций и практических занятий – 16 (общее число слайдов – 250);
- банк тестовых заданий для текущего и итогового контроля освоения дисциплины (онлайн-курс «Русский язык и культура речи» в Moodle);

- разработанные сценарии интерактивных практических занятий (деловые игры: «Научная конференция», «Работодатель выбирает», «Дискуссия о языковой норме»); занятия по устному контролю («Конкурс ораторов», «Дебаты», Дискуссии на злободневные темы»).

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 *«Русский язык и культура речи»* проводятся в форме семинаров и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

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

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Рабочая тетрадь по русскому языку и культуре речи (автор Будко О.Ф.).

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

Персональные компьютеры, укомплектованные проигрывателями CD и DVD. проектор.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы

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

- Будко О.Ф. Русский язык и культура речи (рабочая тетрадь) 2010 г. Электронный ресурс https://lib.muotr.ru/digital_library_book/1100
- Будко, О. Ф. Основы риторики для юристов [Электронный ресурс] : Справочник : Практикум : Учебное пособие 2014. https://lib.muotr.ru/digital_library_book/1445
- Электронный курс-онлайн «Русский язык и культура речи» (авторы Л.И. Судакова, О.Ф.Будко): <https://moodle.muotr.ru/course/view.php?id=234>

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1.	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none">• Word• Excel• Power Point• Outlook• OneNote• Access• Publisher InfoPath	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	29 лицензий на ПО, принимающее участие в образовательных процессах	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта
2.	Micosoft Office Standard 2013	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	29 лицензий на ПО, принимающее участие в образовательных процессах	бессрочная
3.	O365ProPlusOpenStudents ShrdSvr ALNG SubsVL OLV NL 1Mth Acdmc Stdnt STUUseBnft Приложения в составе подписки: Outlook OneDrive Word 365 Excel 365 PowerPoint 365 Microsoft Teams	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	29 лицензий на ПО, принимающее участие в образовательных процессах	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
<p>Раздел 1. Лингвистика текста</p>	<p><i>Знает</i> основные понятия дисциплины: <i>язык, речь, текст</i>; специфику устной и письменной речи; -особенности современной социолингвистической ситуации; -этику и этикет профессионального речевого общения. <i>Умеет</i> логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь; -трансформировать письменный текст в устную форму речи. <i>Владеет</i> культурой речи в письменной и устной форме.</p>	<p>Оценка самопрезентации 5 баллов</p> <p>Оценка контрольной работы №1 20 баллов</p>
<p>Раздел 2. Культура научной и деловой речи</p>	<p><i>Знает</i> специфику научного языка, жанры научного стиля речи, композиционную структуру и средства оформления научной работы; - особенности официально-делового стиля, правила составления документа. <i>Умеет</i> создавать на основе научного произведения вторичные жанры письменного текста (план, тезисы, аннотацию, реферат), следуя нормам научной речи; - составлять деловые документы в соответствии с нормативными требованиями; <i>Владеет</i> культурой профессионально-деловой и научной речи в письменной и устной форме</p>	<p>Оценка реферата-конспекта и реферативного сообщения 15 баллов</p> <p>Оценка редактирования частных документов 5 баллов</p> <p>Оценка контрольной работы №2: 20 баллов</p>
<p>Раздел 3. Нормативный аспект культуры речи</p>	<p><i>Знает</i> нормы литературного языка. <i>Умеет</i> отличать кодифицированную речь от некодифицированной; - находить речевые ошибки и устранять их в тексте. <i>Владеет</i> навыками грамотного письма на государственном русском языке</p>	<p>Оценка самостоятельной работы по нормам языка 10 баллов</p>
<p>Раздел 4. Правила подготовки публичного выступления</p>	<p>- <i>Знает</i> правила подготовки текстов разных видов публичного выступления, приемы убеждения и коммуникации. <i>Умеет</i> составлять текст публичного выступления разных жанров; - анализировать текст с точки зрения стилевых особенностей и использования изобразительно-выразительных средств языка; выступать публично и участвовать в дискуссии; <i>Владеет</i> навыками эффективной коммуникации в учебной и профессиональной</p>	<p>Оценка анализа речевого поведения участников дискуссии 5 баллов</p> <p>Оценка контрольной работы №2 20 баллов</p>

	деятельности (публичного выступления, аргументации, ведения дискуссии).	
--	---	--

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 – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском химико-технологическом университете имени Д.И. Менделеева (утв. решением Ученого совета университета от 28.06.2017, протокол № 9);

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).

-

ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ очно-заочной формы обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	1	16,2	12,6
Лекции			
Практические занятия (ПЗ)	1	16	12
Самостоятельная работа	1	55,8	41,85
Контактная самостоятельная работа	1	55	41
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		0,2	0,15
Вид итогового контроля:	ЗАЧЕТ		

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Всего	Академ. часов		
			Контактные	Практические	Самостоятельная работа
1.	Раздел 1. Лингвистика текста	18	4	4	14
1.1.	Русский язык и культура речи как		1	1	2

	предмет, как составляющая жизненного и профессионального успеха.	3			
1.2.	Компоненты ситуации общения и успешность коммуникации	4	1	1	3
1.3.	Многообразие языковых средств. Отбор языковых средств, обеспечивающих эффективную коммуникацию в определенной ситуации	11	2	2	9
2.	Раздел 2. Культура научной речи и деловой речи	26	6	6	20
2.1..	Лингвистика научного текста	6	1	1	5
2.2.	Оформление научной работы	6	1	1	5
2.3.	Особенности официально-делового стиля. Письменные формы деловой речи.	7	2	2	5
2.4.	Устные формы деловой речи. Речевой этикет.	7	2	2	5
3.	Раздел 3. Нормативный аспект культуры речи	10	2	2	8
3.1.	Определение нормативности и вариантности. Орфоэпические нормы русского литературного языка (РЛЯ).	2,5	0,5	0,5	2
3.2.	Лексические нормы РЛЯ, причины их нарушения.	2,5	0,5	0,5	2
3.3.	Грамматические нормы РЛЯ, случаи их нарушения.	2,5	0,5	0,5	2
3.4.	Орфографические и пунктуационные нормы РЛЯ.	2,5	0,5	0,5	2
4.	Раздел 4. Правила подготовки публичной речи	17	4	4	13
4.1.	Правила подготовки публичного выступления – монолога.	10	2	2	8
4.2.	Основы полемического мастерства.	8	2,2	2,2	5,8
	ИТОГО	72	16,2	16,2	55,8

Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины

«Русский язык и культура речи»

для 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль «Менеджмент организации», «Маркетинг»

Форма обучения: очная и 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 « » 20г.

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

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

« ____ » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Физическая культура и спорт»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

« ____ » _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022 г.

Программа составлена:

доцентом кафедры физического воспитания Т.Н. Акуловой

доцентом кафедры физического воспитания О.В. Носик

к.п.н., профессором кафедры физического воспитания С.И. Сучковым

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры физического воспитания « 12 » мая 2022 г., протокол № 13

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 физического воспитания РХТУ им. Д.И. Менделеева**. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение двух семестров.

Дисциплина **«Физическая культура и спорт»** относится к обязательной части дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области физической культуры и спорта.

Цель дисциплины – формирование мировоззрения и культуры личности, гражданской позиции, нравственных качеств, чувства ответственности, самостоятельности в принятии решений, способности использовать разнообразные формы физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления своего здоровья и здоровья своих близких в повседневной жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины – заключаются в использовании приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни для:

- повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья;
- подготовки к профессиональной деятельности и службе в Вооруженных Силах Российской Федерации;
- организации и проведения индивидуального, коллективного и семейного отдыха;
- формирования здорового образа жизни.

Дисциплина **«Физическая культура и спорт»** преподается в 1 и 4 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 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 здоровьезбережение)	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности	УК-7.1. Знает роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; виды физических упражнений; научно-практические основы

	<p>для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>физической культуры и здорового образа жизни УК-7.2. Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.3. Умеет использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внешних и внутренних условий реализации профессиональной деятельности УК-4 Владеет средствами и методами укрепления здоровья, физического самосовершенствования; должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>
--	---	--

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни;
- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности;
- историю физической культуры и спорта, представление о значимых спортивных событиях не только своей страны, но и мирового уровня, важнейшие достижения в области спорта;
- спортивные традиции РХТУ им. Д.И. Менделеева, помнить о подвигах спортсменов в годы Великой отечественной войны 1941-1945 гг.

Уметь:

- поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внешних и внутренних условий реализации профессиональной деятельности;
- самостоятельно заниматься физической культурой и спортом;
- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности.

Владеть:

- средствами и методами укрепления здоровья, физического самосовершенствования;
- должным уровнем физической подготовленности, для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Виды учебной работы	Всего		Семестр			
			1 семестр		4 семестр	
	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	72	1	36	1	36
Контактная работа – аудиторные занятия:	2	72	1	36	1	36
Лекции (Лек)	0,2	8	0,1	4	0,1	4
Практические занятия (ПЗ)	1,8	64	0,9	32	0,9	32
Вид итогового контроля:			Зачет		Зачет	

Виды учебной работы	Всего		Семестр			
			1 семестр		4 семестр	
	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	2	54	1	27	1	27
Контактная работа – аудиторные занятия:	2	54	1	27	1	27
Лекции (Лек)	0,2	6	0,1	3	0,1	3
Практические занятия (ПЗ)	1,8	48	0,9	24	0,9	24
Вид итогового контроля:			Зачет		Зачет	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лек	МПЗ	ППФ П	КР
1.	Раздел 1. Предмет «Физическая культура и спорт». История ФКиС	18	2	6	9	1
1.1	Предмет физическая культура и спорт	9	1	3	4,5	0,5
1.2	История спорта	9	1	3	4,5	0,5
2.	Раздел 2. Основы здорового образа жизни (ЗОЖ)	18	2	6	9	1
2.1	Врачебный контроль и самоконтроль на занятиях физической культурой и спортом	9	1	3	4,5	0,5
2.2	Гигиеническое обеспечение занятий оздоровительной физической культурой	9	1	3	4,5	0,5
3.	Раздел 3. Биологические основы физической культуры и спорта	18	2	6	9	1
3.1	Биологические основы физической культуры и спорта	9	1	3	4,5	0,5
3.2	Образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности	9	1	3	4,5	0,5
4	Раздел 4. Профессионально- прикладная физическая культура и спорт	18	2	6	9	1
4.1	Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе	9	1	3	4,5	0,5
4.2	Физическая культура и спорт в профессиональной деятельности обучающегося	9	1	3	4,5	0,5
	ИТОГО	72	8	24	36	4

4.2. Содержание разделов дисциплины

Каждый Раздел программы состоит из подразделов и имеет структуру:

- лекции (или теоретический Раздел);
- практический Раздел (состоит из: методико-практических занятий (МПЗ) и учебно-тренировочных занятий (профессионально-прикладная физическая подготовка, ППФП);
- контрольный Раздел (КР).

Теоретический подраздел формирует систему научно-практических и специальных знаний, необходимых для понимания природных и социальных процессов функционирования физической культуры общества и личности, умения их адаптивного творческого использования для личностного и профессионального развития; самосовершенствования, организации здорового образа жизни при выполнении учебной, профессиональной и социокультурной деятельности.

Методико-практические занятия предусматривают освоение основных методов и способов формирования учебных, профессиональных и жизненных умений и навыков средствами физической культуры и спорта.

На методико-практических занятиях уделяется внимание:

- основным проблемам спортивной тренировки;
- влиянию физических упражнений на формирование профессиональных качеств будущего специалиста и личности занимающегося;
- воздействию средств физического воспитания на основные физиологические системы и звенья опорно-двигательного аппарата занимающегося;
- вопросам проведения соревнований (правила соревнований, система розыгрышей, определение победителей, оборудование и инвентарь).

Профессионально-прикладная подготовка проводится с учетом будущей профессиональной деятельности студента.

Учебно-тренировочные занятия базируются на широком использовании теоретических знаний и методических умений, на применении разнообразных средств физической культуры, спортивной и профессионально-прикладной физической подготовки студентов.

Контрольный подраздел. Критерием успешности освоения учебного материала является оценка преподавателя, учитывающая *регулярность посещения обязательных учебных занятий*, знаний теоретического раздела программы и выполнение установленных на данный семестр контрольных тестов общей физической и теоретической подготовки для отдельных групп различной спортивной направленности. КР входит в практические занятия.

Раздел 1. Предмет Физическая культура и спорт. История ФКиС

1.1. ПРЕДМЕТ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ. Задачи и место дисциплины в подготовке бакалавра. Организация учебного процесса в рамках действующей рейтинговой системы. Требования к зачету.

1.2. ИСТОРИЯ СПОРТА. Происхождение физических упражнений и игр. Древние олимпиады. Олимпийское движение. Возникновение и первоначальное развитие международного спортивного и олимпийского движения. Первые олимпийские старты русских спортсменов. Российский олимпийский комитет: история становления, наши дни. Параолимпийское движение. Дефлимпийские игры. Специальные олимпиады. Спортивные общества: история физкультурно-спортивных общественных организаций.

Борьба спортсменов против фашизма в годы второй мировой и Великой отечественной войны

МПЗ:

Тема № 1 (2 часа). Методики эффективных и экономных способов овладения жизненно важными умениями и навыками.

Тема № 2 (2 часа). Простейшие методы самооценки работоспособности, утомляемости и применение средств физической культуры для их направленной коррекции.

ППФП:

Основные задачи:

- определение уровня состояния здоровья и физической подготовленности студентов по тестовой программе;
- осуществление взаимосвязи в освоении знаний, двигательных умений и навыков;
- формирование у студентов опыта подбора и практических реализаций собственных оздоровительных или тренировочных программ.

Раздел 2. Основы здорового образа жизни

2.1. ВРАЧЕБНЫЙ КОНТРОЛЬ И САМОКОНТРОЛЬ НА ЗАНЯТИЯХ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ И СПОРТОМ. Врачебный контроль и врачебное освидетельствование. Методика обследования: краткая и углубленная. Диагностика и самодиагностика состояния организма. Педагогический контроль. Самоконтроль: его основные методы, показатели, критерии и оценки. Показатели самоконтроля: объективные и субъективные. Дневник самоконтроля. Использование отдельных методов контроля при регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом. Коррекция содержания и методики занятий по результатам показателей контроля. Профилактика спортивного травматизма. Основные виды травм у разных специализаций. Оказание первой помощи для студентов вузов химико-технологического профиля.

2.2. ГИГИЕНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЗАНЯТИЙ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРОЙ. Гигиена физического воспитания и спорта. Основные гигиенические требования к занятиям оздоровительными физическими упражнениями; к структуре, содержанию и нормированию нагрузок на одном занятии. Гигиена закаливания. Физиологическая роль и гигиеническое значение белков, жиров, углеводов, витаминов, минеральных веществ. Режим питания при занятиях физической культурой и спортом. Социальная гигиена. Социально-опасные болезни и меры профилактики.

МПЗ:

Тема № 3 (2 часа). Методы самоконтроля и физического развития (стандарты, индексы, номограммы, формулы и др.) за функциональным состоянием организма (функциональные пробы).

Тема № 4 (2 часа). Основное гигиеническое требование к занятиям физическими упражнениями. Диагноз и краткая характеристика заболевания. Влияние заболевания на личную работоспособность и самочувствие.

ППФП:

Основные задачи:

- определение уровня состояния здоровья и физической подготовленности студентов по тестовой программе;
- осуществление взаимосвязи в освоении знаний, двигательных умений и навыков;
- формирование у студентов опыта подбора и практических реализаций собственных оздоровительных или тренировочных программ.

Раздел 3. Биологические основы физической культуры и спорта

3.1. БИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.

Организм человека как единая саморазвивающаяся биологическая система. Анатомо-морфологическое строение и основные физиологические функции организма, обеспечивающие двигательную активность. Физическое развитие человека. Роль отдельных систем организма в обеспечении физического развития, функциональных и двигательных возможностей организма человека. Двигательная активность и ее влияние на устойчивость, и адаптационные возможности человека к умственным и физическим нагрузкам при различных воздействиях внешней среды. Утомление при физической и умственной работе. Значение мышечной релаксации (расслабления). Восстановление.

3.2. ОБРАЗ ЖИЗНИ И ЕГО ОТРАЖЕНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Здоровье человека как ценность. Факторы его определяющие. Влияние образа жизни на здоровье. Здоровый образ жизни и его составляющие. Основные требования к организации здорового образа жизни. Роль и возможности физической культуры в обеспечении здоровья. Физическое самовоспитание и самосовершенствование в здоровом образе жизни. Социальный характер последствий для здоровья от употребления наркотических средств и других психоактивных веществ (ПАВ), допинга и пищевых добавок в спорте, алкоголя и табакокурения. Допинг как искусственное повышение физической работоспособности и его отрицательные последствия.

МПЗ:

Тема № 5 (2 часа). Методика индивидуального подхода и применение средств направленного развития отдельных физических качеств.

Тема № 6 (2 часа). Методы оценки и коррекции осанки и телосложения.

ППФП:

Основные задачи:

- определение уровня состояния здоровья и физической подготовленности студентов по тестовой программе;
- осуществление взаимосвязи в освоении знаний, двигательных умений и навыков;
- формирование у студентов опыта подбора и практических реализаций собственных оздоровительных или тренировочных программ.

Раздел 4. Профессионально-прикладная физическая культура и спорт

4.1. ОБЩАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ И СПОРТИВНАЯ ПОДГОТОВКА СТУДЕНТОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ. Методические принципы физического воспитания. Основы и этапы обучения движениям. Развитие физических качеств. Формирование психических качеств в процессе физического воспитания. Общая физическая подготовка, её цели и задачи. Зоны интенсивности и энергозатраты при различных физических нагрузках. Значение мышечной релаксации при занятиях физическими упражнениями. Возможность и условия коррекции общего физического развития, телосложения, двигательной и функциональной подготовленности средствами физической культуры и спорта. Специальная физическая подготовка, её цели и задачи. Спортивная подготовка. Структура подготовленности спортсмена. Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели и задачи. Спортивные соревнования как средство и метод общей и специальной физической подготовки студентов. Юношеские олимпиады. Спортивная классификация. Система студенческих спортивных соревнований: внутривузовские, межвузовские, всероссийские и международные. Студенческие спортивные организации. Индивидуальный выбор студентом видов спорта или систем физических упражнений для регулярных занятий (мотивация и обоснование). Краткая психофизиологическая характеристика основных групп видов спорта и систем физических упражнений.

4.2. ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАКАЛАВРА. Личная и социально-экономическая необходимость психофизической подготовки человека к труду. Определение понятия предварительной специализированной психофизической подготовки (ППФП), её цели, задачи, средства. Место ППФП в системе подготовки будущего специалиста. Факторы, определяющие конкретное содержание ППФП. Методика подбора средств ППФП, организация и формы её проведения. Контроль за эффективностью ППФП студентов. Основные и дополнительные факторы, оказывающие влияние на содержание ППФП по избранной профессии. Основное содержание ППФП будущего бакалавра и дипломированного специалиста. Производственная физическая культура и спорт. Производственная гимнастика. Особенности выбора форм, методов и средств физической культуры и спорта в рабочее и свободное время специалистов. Профилактика профессиональных заболеваний средствами физической культуры и спорта. Дополнительные средства повышения общей и профессиональной работоспособности. Влияние индивидуальных особенностей и самостоятельных занятий физической культурой и спортом на организм.

МПЗ:

Тема № 7 (2 часа). Методика самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки. Методика проведения производственной гимнастики с учетом условий и характера труда.

Тема № 8 (2 часа). Методика оценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта (тесты, контрольные задания

для основного и спортивного отделений). Основы судейства по избранному виду спорта (для спортивного отделения).

ППФП:

Основные задачи:

- освоение знаний и формирование умений и навыков;
- акцентированное развитие физических и специальных качеств в предстоящей профессиональной деятельности;
- овладение практическими навыками использования тренажерных устройств, приспособлений и оборудования в организации самостоятельных занятий.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:				
1	– научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни	+	+	+	
2	– влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек	+	+	+	+
3	– способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности		+	+	
4	– правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности	+	+	+	+
5	– историю физической культуры и спорта, представление о значимых спортивных событиях не только своей страны, но и мирового уровня, важнейшие достижения в области спорта	+			+
6	– спортивные традиции МХТИ-РХТУ им. Д.И. Менделеева, помнить о подвигах спортсменов в годы Великой отечественной войны	+			+
	Уметь:				
7	– поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности		+	+	+
8	- использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внешних и внутренних условий реализации профессиональной деятельности	+	+	+	+
9	– самостоятельно заниматься физической культурой и спортом		+	+	+

10	– осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности		+	+	+
Владеть:					
11	– средствами и методами укрепления здоровья, физического самосовершенствования		+	+	+
12	– должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	+	+	+

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие *универсальные компетенции и индикаторы их достижения:*

	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК				
15	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; виды физических упражнений; научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни	+	+	+	+
		УК-7.2. Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	+	+	+
		УК-7.3. Умеет использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих	+	+	+	+

		технологий с учетом внешних и внутренних условий реализации профессиональной деятельности				
		УК-4 Владеет средствами и методами укрепления здоровья, физического самосовершенствования; должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Практические занятия проводятся под руководством преподавателя и направлены на углубление теоретических знаний, полученных бакалавром на лекционных занятиях, формирование понимания связей между теоретическими положениями физической культуры и методологией решения практических задач, отраженных в тематике лекций, приобретение навыков применения теоретических знаний в практической работе.

К практическим занятиям допускаются студенты, прошедшие медицинский осмотр и определившие свою группу здоровья (основную или подготовительную). Студенты, получившие группу здоровья специальную медицинскую «А» или «Б» обучаются по программе «Адаптивная физическая культура и спорт».

Исключение делается студентам в первом семестре, для которых это правило действует сразу после прохождения учебной группой медицинского осмотра по графику, составляемому учебным управлением университета. До этого, физические нагрузки на занятиях должны быть щадящие с учетом данных, согласно медицинской справке по форме № 086/у, а также опроса студентов о состоянии их здоровья.

Занятия проводятся в двух отделениях: основном и спортивном.

Учебно-тренировочные занятия **в основном учебном отделении**, где занимаются студенты основной и подготовительной медицинских групп, проводятся с направленностью на улучшение общей физической подготовки.

Наполняемость группы не более **20** человек.

В практическом разделе используются упражнения по общей физической подготовке, также могут использоваться физические упражнения из различных видов спорта, оздоровительных систем физических упражнений. На занятиях могут применяться тренажеры и компьютерно-тренажерные системы.

Практический учебный материал для студентов **спортивного отделения**. Обеспечивается дальнейшее повышение уровня общефизической и специальной физической подготовки студентов. Особое место отводится формированию основ знаний, умений и навыков организации самостоятельных занятий, использованию тренажеров и различного спортивного инвентаря для физического совершенствования. Студенты спортивного отделения могут заниматься по индивидуальному графику по избранным видам спорта с выполнением зачетных требований в установленные сроки. График учебного процесса спортивного отделения должен предусматривать полное изучение тематики теоретического и методического разделов рабочей программы с учетом специфики его организации на спортивном отделении.

Наполняемость группы не более **20** человек.

Перевод студента из одного учебного отделения в другое осуществляется только по завершении семестра, после аттестации в предыдущем отделении.

По медицинским показателям студент может быть переведен в специальное медицинское отделение в любое время в течение всего периода обучения.

Содержание и конкретные средства каждого практического занятия определяются преподавателем учебной группы. Преподаватель несет полную ответственность за соответствие используемых упражнений и их дозировок возможностям каждого отдельного студента.

Примерные темы практических занятий по дисциплине

Раздел	Тема практических занятий	Время
1	Методики эффективных и экономных способов овладения жизненно важными умениями и навыками.	2 академ. часа
	Простейшие методы самооценки работоспособности, утомляемости и применение средств физической культуры для их направленной коррекции.	2 академ. часа
2	Методы самоконтроля и физического развития (стандарты, индексы, номограммы, формулы и др.) за функциональным состоянием организма (функциональные пробы).	2 академ. часа
	Основное гигиеническое требование к занятиям физическими упражнениями. Диагноз и краткая характеристика заболевания. Влияние заболевания на личную работоспособность и самочувствие.	2 академ. часа
3	Методика индивидуального подхода и применение средств направленного развития отдельных физических качеств.	2 академ. часа
	Основы методики самомассажа. Методы оценки и коррекции осанки и телосложения.	2 академ. часа
4	Методика самостоятельного освоения отдельных элементов профессионально-прикладной физической подготовки. Методика проведения производственной гимнастики с учетом условий и характера труда.	2 академ. часа
	Методика оценки специальной физической и спортивной подготовленности по избранному виду спорта (тесты, контрольные задания для основного и спортивного отделений). Основы судейства по избранному виду спорта (для спортивного отделения).	2 академ. часа

Взаимосвязь методико-практического и учебно-тренировочного занятий

<p><i>Методико-практическое занятие.</i></p> <p>Тема: Методика индивидуального подхода и применение средств направленного развития отдельных физических качеств:</p> <p>Изучение качества «гибкость»</p> <ul style="list-style-type: none"> - что такое «гибкость»; - индивидуальные особенности освоения качества «гибкость»; - показания и противопоказания к развитию качества «гибкость»; - комплекс упражнений на развитие качества «гибкость»; - подведение итогов занятия: что удалось/не удалось в освоении качества «гибкость»; физическая, мышечная усталость организма после проведения практического раздела занятия 	<p>2 акад. часа</p>
<p><i>Учебно-тренировочное занятие (профессионально-прикладная физическая подготовка).</i></p> <p>Тема: Развитие и укрепление мышц брюшного пресса.</p> <ul style="list-style-type: none"> - что такое брюшной пресс и где он находится; - для чего необходимо укреплять мышцы брюшного пресса; - тест из Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «ГТО» на укрепление мышц брюшного пресса (рассматривается V и VI ступени комплекса), правильность выполнения тестового норматива, критерии для выполнения норматива на золотой, серебряный и бронзовый значки; - разминочный комплекс; - основное время занятия: практическое обучение бакалавра навыкам выполнения упражнений на укрепление мышц брюшного пресса; - контрольный раздел занятия – правильность выполнения изучаемых упражнений; - комплекс упражнений на расслабление; - подведение итогов практического занятия 	<p>2 акад. часа</p>

6.2. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Самостоятельная работа учебным планом не предусмотрена

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «*Физическая культура и спорт*» включает 4 раздела, каждый из которых имеет определенную логическую завершенность. При изучении материала каждого раздела рекомендуется регулярное повторение законспектированного лекционного материала, а также дополнение его сведениями из литературных источников, представленных в рабочей программе, а также регулярное посещение практических занятий: методических и профессионально-прикладных.

Рабочая программа дисциплины предусматривает освоение лекционного материала, выполнение методико-практического задания по ППФП, а также подготовку и написание тестовых заданий по тематике дисциплины в 1 и 4 семестрах обучения. Эти работы выполняются в часы, в рамках текущего контроля освоения дисциплины.

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за практические занятия (максимальная оценка – 32 балла), посещения лекций (максимальная оценка – 4 балла), выполнение тестовых заданий – максимальная оценка 20 баллов) и написание и защиты ТИР (тематической исследовательской работы по истории спорта) – максимальная оценка 44 балла

1 курс, I семестр (осенний)

(Группа здоровья основная, специальная)

Месяц	Методико-практические занятия (контактная работа)		Лекции		Текущий и итоговый контроль	
	Освоенные часы (практ. занятия)	баллы	Освоенные часы	баллы	Вид контроля	баллы
Сентябрь	8 часов (4 занятия)	8 баллов	2 часа (1 занятие)	2 балла	-	-
Октябрь	8 часов (4 занятия)	8 баллов	-	-	Тестовое тематическое задание	10 баллов
Ноябрь	8 часов (4 занятия)	8 баллов	2 часа (1 занятие)	2 балла	Тестовое тематическое задание	10 баллов
Декабрь	8 часов (4 занятия)	8 баллов	-	-	тематическо- исследовательск ая работа (ТИР)*	44 балла
Всего в семестре	32 часа (16 занятий)	32 балла	4 часа (2 занятия)	4 балла	64 балла	
ИТОГО	36 часов / 100 баллов					

2 курс, IV семестр (весенний)
(Группа здоровья основная, специальная)

Месяц	Методико-практические занятия (контактная работа)		Лекции		Текущий и итоговый контроль	
	Освоенные часы (практ. занятия)	баллы	Освоенные часы	баллы	Вид контроля	баллы
Февраль	8 часов (4 занятия)	8 баллов	2 часа (1 занятие)	2 балла	-	-
Март	8 часов (4 занятия)	8 баллов	-	-	Тестовое тематическое задание	10 баллов
Апрель	8 часов (4 занятия)	8 баллов	2 часа (1 занятие)	2 балла	Тестовое тематическое задание	10 баллов
Май	8 часов (4 занятия)	8 баллов	-	-	тематическо-исследовательская работа (ТИР)*	44 балла
Всего в семестре	32 часа (16 занятий)	32 балла	4 часа (2 занятия)	4 балла	64 балла	
ИТОГО	36 часов / 100 баллов					

8.1. Реферативно-аналитическая работа

Примерные темы реферативно-аналитической работы

1. Опорно-двигательная система: скелет и кости
2. Опорно-двигательная система: мышцы и их функции
3. Пищеварительная система. Метаболизм
4. Сердечно-сосудистая система.
5. Дыхательная система, ее строение и функции
6. Нервная система, ее строение
7. Органы чувств.
8. Лечебная физкультура при заболеваниях органов дыхания
9. Лечебная физкультура при вегето-сосудистой дистонии
10. Лечебная физическая культура при ожирении.
11. Мышечный корсет.
12. Анатомия и функция подвздошно-поясничной мышцы.
13. Шейный отдел позвоночника.
14. Глубокие мышцы спины.
15. Большая круглая мышца мышечного корсета.
16. Трапециевидная мускулатура.
17. Виды мышц.
18. Средства и методы развития силовых способностей
19. Взаимосвязь координации движений с отдельными показателями умственных способностей
20. Выносливость и методика её воспитания
21. Физические упражнения для улучшения эмоционального состояния.

22. Спорт как способ объединения людей.
23. Спорт для повышения самооценки.
24. Источники энергии для физической активности.
25. Спортивное питание.
26. Вода и тренировки: зачем пить воду.
27. Расстройства пищевого поведения.
28. Средства восстановления
29. Значение витаминов для людей, ведущих спортивный образ жизни
30. Спорт и допинг
31. Физические упражнения для улучшения эмоционального состояния
32. Спорт как способ объединения людей.
33. Спорт для повышения самооценки.
34. Источники энергии для физической активности.
35. Спортивное питание
36. Вода и тренировки: зачем пить.
37. Расстройства пищевого поведение.
38. Средства восстановления.
39. Значение витаминов для людей, ведущих спортивный образ жизни
40. Спорт и допинг

Темы для ТИР – тематическо-исследовательской работы по истории спорта

1 семестр

Раздел 1. ТИР «Подвиг спортсменов в годы Великой отечественной войны 1941-1945 гг»

Буква фамилии	Тема
1. Великая Отечественная война 1941-1945гг. Первый период (22 июня 1941 г. — 18 ноября 1942 г.)	
А - Б	Летние оборонительные бои. Пограничные заставы. Брестская крепость. Битва за Ленинград. Блокада Ленинграда. Спортсмены: - Малинко Григорий Васильевич (борьба) - Тюкалов Юрий (гребля на байдарках и каноэ) - Павличенко Людмила Михайловна (стрелковый спорт)) - Набутов Виктор Сергеевич (футбол)
В - Г	Московская битва: – оборонительная до 05.12.1941г., - наступательная 05.12.41-20.04.42г. Подвиг героев Панфиловцев Бои на кавказском направлении

	<p>Спортсмены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Капчинский Анатолий Константинович (конькобежец) - Чукарин Виктор Иванович (гимнаст) - Летуев Юрий Николаевич (легкоатлет) - Островерхов Виталий Андреевич(боксер)
Д - Е	<p>Героическая оборона Сталинграда (17.07. – 18.11.42г.) Ржевско-Вяземская операция (08.01. – 20.04.42г.) Ржевско-Сычевская операция (І – 23.04.1942г.; ІІ – «Марс» - 25.11-20.12.42г.)</p> <p>Спортсмены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Булочкин Георгий Иванович (разносторонний спортсмен: лыжи, футбол, легкая атлетика) - Петрова Нина Павловна (стрелковый спорт) - Авакян Аркадий Абардович (штангист) - Чумакова (Малышева) Роза Степановна (академические лодки)
<p>2. Великая отечественная война. Второй период (19 ноября 1942 г. — конец 1943 г)</p>	
Ж – З	<p>Контрнаступление под Сталинградом (19.11.42г.). Окружение немецко-фашистской группировки Паулюса Ф. Освобождение Северного Кавказа.</p> <p>Спортсмены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Королев Николай Федорович (боксер) - Гвоздева Галина Иннокентьевна (конный спорт) - Кременский Дмитрий Иванович (боксер) - Ермолаев Григорий Павлович (легкоатлет)
И – К	<p>Прорыв блокады Ленинграда. Курская битва (июль-август 1943г.)</p> <p>Спортсмены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мешков Леонид Карпович (пловец) - Попович Марина Лаврентьевна (авиационный спорт) - Алексеев Виктор Ильич (легкоатлет) - Бучин Александр Николаевич (мотогонки)
Л - М	<p>Битва под Прохоровкой. Битва за Днепр (август-декабрь 1943г.).</p> <p>Спортсмены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ефремов Василий Сергеевич (тяжелая атлетика) - Преображенский Сергей Андреевич (бокс, вольная борьба) - Воробьев Аркадий Никитич (тяжелая атлетика) - Нырков Юрий Александрович (футбол)
<p>2. Великая отечественная война. Третий период (начало 1944 г. — 9 мая 1945 г)</p>	

Н - О	Битва за Правобережную Украину. Белорусская операция. Прибалтийская операция Операция по освобождению Крыма. Спортсмены: - Митропольский Леонид Александрович (легкая атлетика) - Белаковский Олег Маркович (спортивный врач) - Панин-Коломенкин Николай Александрович (фигурное катание) - Штейн Николай Владимирович (бокс)
П - Р	Будапештская операция. Висло-Одерская операция. Восточно-Прусская операция. Пражская операция. Битва за Берлин. Подписание акта о безоговорочной капитуляции. Спортсмен: - Галушкин Борис Лаврентьевич (бокс). - Челябинов Дмитрий Алексеевич (тренер) - Троицкий Максим Александрович (академическая гребля) - Балазовский Михаил Романович (волейбол)
С - Т	Партизанское движение. Война на море. Война в воздухе. Спортсмен: - Серафим и Георгий Знаменские (легкая атлетика) - Алексеев Евгений Васильевич (волейбол) - Шеронин Евгений Николаевич (бокс) - Жмельков Владислав Николаевич (футбол)
У - Ф	Боевые действия в Заполярье. Бои на Карельском перешейке. Спортсмены: - Кулакова Любовь Алексеевна (лыжные гонки) - Трусевич Николай Александрович (футбол) - Пункини Яков Григорьевич (борьба классическая) - Мягков Андрей Владимирович (лыжи)
Х, Ч, Ц, Ш, Щ	«Нормандия Неман». Конвой PQ. Третий фронт. Союзники. Ялтинская конференция. Нюрнбергский процесс. Спортсмены: - Шагинян Грант Амазаспович (гимнаст) - Афанасьева (Смирнова) Анна Титовна (волейбол)

	<ul style="list-style-type: none"> - Мамедов Ахмед Оглы (штангист) - Дурейко Игорь Васильевич (плавание)
Э, Ю, Я	<p>Маршалы ВОВ.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Георгий Константинович Жуков. - Александр Михайлович Василевский. - Иван Степанович Конев. - Леонид Александрович Говоров. - Константин Константинович Рокоссовский. - Родион Яковлевич Малиновский. - Федор Иванович Толбухин. - Кирилл Афанасьевич Мерецков. - Иосиф Виссарионович Сталин. - Лаврентий Павлович Берия. <p>Спортсмены:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Абалаков Виталий Михайлович (альпинизм) - Донской Александр (штангист) - Душман Давид Александрович (фехтовальщик) - Миронов Михаил Яковлевич (снайпер)

4 семестр

Раздел 4. ТИР. Практическая работа «История спорта»

1. Фамилия на «А»: Возникновение и первоначальное развитие физической культуры и спорта (ФКиС) в первобытном обществе:

- Происхождение физических упражнений и игр;
- Игры и физические упражнения в родовом обществе.

2. Фамилия на «Б»: ФКиС в государствах древнего мира:

- Древний Восток;
- Древняя Греция;
- Олимпийские праздники и другие гимнастические агоны;
- Древний Рим.

3. Фамилия на «В»: ФКиС в средние века:

- Европа;
- Азия, Африка, Америка;
- Возвращение забытых олимпийских традиций.

4. Фамилия на «Г»: ФКиС в новое время:

- Становление и развитие научно-педагогических основ физического воспитания и спорта;
- Гимнастические системы;
- Физическое воспитание и спорт в колониальных и зависимых странах;
- Любительский и профессиональный спорт;
- Физическое воспитание и спорт накануне и в годы первой мировой войны.

5. Фамилия на «Д»: ФКиС с начала 20-х годов до окончания второй мировой войны:

- Германия, Италия, Япония;
- США, Франция, Великобритания, Скандинавские и другие страны;
- Развитие рабочего спорта в странах мира;
- Борьба спортсменов против фашизма в годы второй мировой войны.

6. Фамилия на «Е - Ё»: ФКиС после второй мировой войны:

- Развитые страны Запада:
 - а) физическое воспитание и спорт в учебных заведениях;
 - б) самодеятельное спортивно-гимнастическое движение;
- Развивающиеся страны;
- Бывшие социалистические страны (конец 40-х – конец 80-х гг.);
- Страны мира в конце XX века.

Физическая культура и спорт в России

7. Фамилия на «Ж-З»: ФКиС нашей страны с древнейших времен до XVIII века:

- Физические упражнения и игры до образования древнерусского государства (до IX в. Н.э.);
- Физическая культура в Российском государстве (IX-XVII вв.);
- Вопросы физического воспитания в медицинской и педагогической литературе эпохи Средневековья.

8. Фамилия на «И-Й»: ФКиС в Российской империи с XVIII в. До второй половины XIX в.:

- Введение физического воспитания в учебных заведениях;
- Военно-физическая подготовка в русской армии;
- Физическое воспитание и спорт в быту народов Российской империи;
- Спорт и игры в быту дворянства;
- Развитие педагогической и естественнонаучной мысли в области физического воспитания.

9. Фамилия на «К»: Развитие ФКиС во второй половине XIX века:

- развитие идейно-теоретических и научных основ системы физического воспитания и спорта;
- Учение П.Ф. Лесгафта о физическом образовании и его педагогическая деятельность;
- Физическая подготовка в учебных заведениях и в армии;
- Создание спортивных клубов и развитие спорта;
- Вступление России в олимпийское движение.

10. Фамилия на «Л»: ФКиС в начале XX века:

- Общественное движение и русский спорт;
- Физическое воспитание и спорт в учебных заведениях;
- Развитие теории и методики физического воспитания и спорта;
- Развитие спорта и участие русских спортсменов в международных соревнованиях;
- Первые олимпийские старты русских спортсменов. Последователи Бутовского А.Д.;
- Всероссийские олимпиады;
- Русский спорт в годы первой мировой войны;

11. Фамилия на «М»: ФКиС в России в период от революций 1917 г. До начала 20-х гг.

- Состояние спортивно-гимнастического движения в период от февраля до октября 1917 г.;
- Всеобуч и спорт;
- Преобразования в области физического воспитания в школах;
- Первые успехи советского физкультурного движения;
- Выход из олимпийского движения;

12. Фамилия на «Н»: Развитие ФКиС в 20-е годы

- Переход на новые формы и методы организации физического воспитания и руководства физкультурным движением;
- От кружков физкультуры – к спортивным секциям;
- Трудное начало международных спортивных связей.

13. Фамилия на «О»: Развитие ФКиС в 30-е годы

- основные тенденции развития;
- Усиление политизации и военизации;
- Физическое воспитание и спорт среди учащейся молодежи;
- Становление и развитие советской школы спорта;
- Развитие международных спортивных связей.

14. Фамилия на «П»: ФКиС в годы Великой отечественной войны

- Военно-физическая подготовка населения страны в годы войны;
- Советские спортсмены на фронтах войны;
- Физкультурная работа в тылу страны.

15. Фамилия на «Р»: Развитие ФКиС со второй половины 40-х гг. до распада СССР

- Восстановление и дальнейшее развитие физкультурного движения;
- Спартакиады народов СССР;
- Развитие науки о физическом воспитании и спорте;
- Физическое воспитание и спорт в учебных заведениях.

16. Фамилия на «С-Т»: Международные связи советских спортсменов с середины 40-х до конца 80-х гг.

- Выход на мировую спортивную арену;
- Возвращение в олимпийское сообщество;
- Советские спортсмены на олимпийских играх;
- Рост авторитета отечественного спорта на чемпионатах мира, Европы и других соревнованиях.

17. Фамилия на «У-Ф»: ФКиС в России после распада СССР

- Создание Олимпийского комитета России;
- Развитие физкультурно-спортивных общественных организаций;
- Развитие спортивной науки;
- Спорт, соревнования, спартакиады;
- Развитие спорта инвалидов;
- Профессионализация спорта.

18. Фамилия на «Х-Ц»: Российский спорт в международном спортивном и олимпийском движении

- Расширение международных спортивных связей;
- Спортсмены России на Играх Олимпиад и Зимних олимпийских играх;
- Подготовка к играм (указывается очередность игр, город и страна проведения и порядковый номер);

19. Фамилия на «Ч-Ш»: Возникновение и первоначальное развитие Международного спортивного и олимпийского движения:

- Первый Международный атлетический конгресс;
- От олимпийской идеи – к практике олимпийского движения;

20. Фамилия на «Щ-Э»: Международное спортивное и олимпийское движение в первой половине XX века:

- Расширение международного спортивного движения;
- Игры Олимпиад и Зимние Олимпийские игры;
- МОК и его президенты. Олимпийские конгрессы.

21. Фамилия на «Ю-Я»: Международное спортивное и олимпийское движение во второй половине XX века:

- Олимпизм, МОК и его президенты во второй половине XX в.;
- Игры олимпиад (летние);
- Зимние Олимпийские игры;
- Продолжение олимпийских традиций (Паралимпийские игры);
- Олимпийские конгрессы и проблемы современного олимпийского движения.

Задание:

Согласно выбранной теме, описываем поэтапно все события, представленные в задании, уделяем внимание ключевым моментам тематики. Фотографии, графики, схемы, для иллюстративности события – обязательны.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Раздел 1. Примеры вопросов к тестовому тематическому заданию № 1. Тестовое тематическое задание содержит 20 вопросов, по 0,5 баллов за вопрос

1.1.

1. Возникновение и первоначальное развитие физической культуры и спорта (ФКиС) в первобытном обществе:
2. ФКиС в государствах древнего мира:
3. ФКиС в средние века:
4. ФКиС в новое время:
5. ФКиС с начала 20-х годов до окончания второй мировой войны:
6. ФКиС после второй мировой войны:
7. ФКиС нашей страны с древнейших времен до XVIII века:
8. ФКиС в Российской империи с XVIII в. До второй половины XIX в.:
9. Развитие ФКиС во второй половине XIX века:
10. ФКиС в начале XX века:
11. ФКиС в России в период от революций 1917 г. До начала 20-х гг.
12. Развитие ФКиС в 20-е годы
13. Развитие ФКиС в 30-е годы
14. ФКиС в годы Великой отечественной войны
15. Задачи развития спортивного движения в годы Великой отечественной войны 1941 – 1945 гг.
16. Развитие ФКиС со второй половины 40-х гг. до распада СССР
17. Международные связи советских спортсменов с середины 40-х до конца 80-х гг.
18. ФКиС в России после распада СССР
19. Российский спорт в международном спортивном движении
20. Российский спорт в олимпийском движении
21. Возникновение и первоначальное развитие Международного спортивного и олимпийского движения в Российской империи
22. Международное спортивное и олимпийское движение в первой половине XX века:
23. Международное спортивное и олимпийское движение во второй половине XX века:
24. Паралимпийское движение. Истоки. Зарождение.
25. Первые соревнования. Людвиг Гутман.
26. Россия в паралимпийском движении. Паралимпийский комитет России.
27. Выдающиеся спортсмены паралимпийцы

28. Символы паралимпийского движения.
29. Дефлимпийский игры. История возникновения
30. Символы дефлимпийского движения.
31. Особенности спорта для спортсменов-дефлимпийцев
32. Спортсмены – дефлимпийцы. Требования.
33. Российские спортсмены – дефлимпийцы
34. Особенности дефлимпийского движения.
35. Российский дефлимпийский комитет
36. Специальные олимпиады. История возникновения.
37. Символы специальной олимпиады.
38. Россия в движении Специальных олимпиад.
39. Системы и правила судейства на специальных олимпиадах.
40. Программа «Здоровые олимпийцы».

1.2.

1. Дата начала ВОВ?
2. Сколько спортивных обществ существовало в довоенные годы?
3. Что такое спортивное движение «Тысячники» в первые годы войны 1941-1945 гг
4. Чем отличились М. Миронов, И. Вежливцев, Л. Павличенко?
5. Каким спортом занимался В. Абалаков?
6. В чем проявилась «изобретательная жилка» В. Абалакова?
7. Назовите футбольные матчи, вошедшие в историю ВОВ?
8. Какой матч назван матчем смерти?
9. Основная задача Лечебной физической культуры в годы ВОВ?
10. Что такое ОМСБОН (расшифруйте). Основные цели и задачи.
11. Где проходило формирование войск особого назначения?
12. Дата начала формирования особой группы войск НКВД
13. Первый организатор и руководитель особой группы войск
14. Основная деятельность ОМСБОН с 20 октября 1941г., когда Москва была объявлена на осадном положении
15. Сколько ОМСБОНОВцев удостоены звания Героя Советского Союза
16. Достижение Гранта Шагиняня? Укажите вид спорта.
17. Расскажите о подвиге Николая Королева?
18. Укажите вид спорта, каким занимался Николай Королев и его основные довоенные и послевоенные достижения.
19. Когда стартовал первый послевоенный чемпионат страны по футболу?
20. Подвиг Петра Голубева
21. Подвиг Галины Кулаковой
22. Подвиг Людмилы Павличенко
23. Расскажите о «Матче смерти».
24. Расскажите о футбольном матче в осажденном Ленинграде.
25. Расскажите о Сталинградском футбольном матче 1943 года, в чем его особенность.

26. Расскажите о первых послевоенных спортивных соревнованиях.
27. Подвиг братьев Знаменских.
28. Назовите наиболее востребованные «виды спорта» в первые дни войны.
29. Какие Вы знаете произведения о спортсменах в военное время
30. Произведения о спорте после войны (художественные фильмы, книги, песни)
31. Спорт в осажденном Ленинграде.
33. Спорт за колючей проволокой.
34. Особенность спортивного общества «Трудовые резервы»
35. Расскажите о спортсменах-альпинистах (военные действия на кавказском направлении)
36. Детские спортивные секции в годы ВОВ 1941 – 1945 гг.
37. Спорт и авиация. Назовите известных летчиков-спортсменов
38. Спортивные традиции МХТИ (спортивные встречи со спортсменами-ветеранами ВОВ 1941 – 1945 гг.)
39. Сотрудники и студенты МХТИ – участники ВОВ 1941 – 1945 гг.
40. Мои родные в годы ВОВ 1941 – 1945 гг.

Раздел 2. Примеры вопросов к тестовому тематическому заданию № 2. Тестовое тематическое задание содержит 20 вопросов, по 0,5 баллов за вопрос

2.1.

1. Как определил понятие здоровье Николай Амосов?
2. Где именно должны закладываться знания по физической культуре?
3. Как называется дефицит двигательной активности?
4. К чему приводит дефицит двигательной активности, поразивший наше общество, в том числе и молодежь?
5. Снижение двигательной активности приводит к....
6. Что можно отнести к Профилактике старения?
7. Что является главным принципом физического воспитания?
8. Что такое врачебный контроль?
9. Каких обследование не бывает во врачебном контроле?
10. Что не входит в педагогический контроль?
11. Что не входит в понятие педагогического контроля?
12. На сколько групп делятся учащиеся при занятии физической культурой, учитывающие особенности здоровья?
13. Определение основной группы здоровья?
14. Определение подготовительной группы
14. Что подразумевает под собой понятие «освобожден»?
15. Снижение физической активности
16. Атрофия мышц приводит к
17. Что такое самоконтроль?

18. Самая наиболее простая/эффективная форма наблюдения за самим собою?
19. Что считается самым массовым и простым способом физической нагрузки?
20. Что нужно делать в первую очередь во избежание неприятностей
21. Определение специальной медицинской группы «А»
22. Определение специальной медицинской группы «Б»
23. Задачи основного отделения
24. Задачи спортивного отделения.
25. Метод контроля – расспрос
26. Метод контроля – ощупывание
27. Основные задачи врачебного контроля
28. Что такое предварительное обследование
29. Что такое расширенное обследование
30. Для чего необходим самоконтроль
31. Лестничная проба
32. Проба с приседаниями
33. Проба с подскоками
34. Исходный уровень тренированности
35. Ортостатическая проба
36. Клиноостатическая проба
37. Уровень артериального давления
38. Проба Штанге
39. Дневник самоконтроля 1.: самочувствие, настроение, аппетит, сон, работоспособность, болевые ощущения, пульс, дыхание, ЖЕЛ (жизненная емкость легких), АД (артериальное давление).
40. Дневник самоконтроля 2.: желание заниматься физической культурой и спортом, функциональные пробы, контрольные упражнения (тесты).

2.2.

1. Что не относится к целям гигиены?
2. Что не входит в области изучения гигиены?
3. Что является основной задачей гигиены?
4. Гигиенические мероприятия удовлетворяют запросы?
5. На что не могут быть направлены гигиенические мероприятия?
6. Что не относится к гигиеническим методам?
7. Что происходит в процессе тренировки?
8. Что не входит в обязанности спортивной гигиены?
9. На что не направлено питание?
10. Что такое ассимиляция?
11. Что не входит в характеристики питания?
12. Какие требования к пище неправильные
13. Что такое рациональное питание?
14. Соотношение белков жиров углеводов

15. Может ли быть плохим питанием вызваны нарушения в состоянии здоровья
16. К чему ведет недостаток белков в пище?
17. Какие требования не относятся к правильному распределению пищи
18. Почему нельзя приступать к физической активности вскоре после еды?
19. За какой период времени до тренировки можно употреблять легкие углеводные закуски?
20. Через какое время в организме утилизируется глюкоза, полученная из простых сахаров?
21. Чем чревато избыточное применение витаминов?
22. На сколько повышается потребность воды в организме при увеличении температуры тела на 1 гр?
23. Наиболее частый вид передачи инфекции?
24. Что не характерно для пищевых отравлений?
25. Существует ли специфическая профилактика пищевых токсикоинфекций?
26. Какие виды гигиены известны
27. Что такое «гигиена производства»
28. Что включает в себя понятие «личная гигиена»
29. Что включает в себя понятие «белки», «жиры», «углеводы»
30. Пищевые добавки – витамины.
31. Социально-опасные болезни. Профилактика
32. Заболевания, передающиеся половым путем (ИППП)
33. Туберкулез. Виды и формы. Профилактика
34. Гепатиты. Виды и формы. Система профилактики
35. ВИЧ.
36. Злокачественные образования
37. Диабет
38. Психические расстройства и расстройства поведения
39. Болезни, характеризующиеся повышенным кровяным давлением
40. Законодательство РФ: Российской Федерации. «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» «О правовом положении иностранных граждан в РФ» (в разрезе социально-опасных болезней).

Раздел 3. Примеры вопросов к тестовому тематическому заданию № 3.
Тестовое тематическое задание содержит 20 вопросов, по 0,5 баллов за вопрос

3.1.

1. Что такое работоспособность:
2. Чем характеризуется утомление
3. Какие виды утомления бывают?
4. Как вы считаете при переутомлении можно быстро заснуть?
5. За что не «отвечает» вегетативная система организма?

6. Что такое релаксация?
7. Чего нельзя добиться релаксацией?
8. Дайте правильное определение термину – рекреация:
9. Как вы считаете бывает ли стресс «положительным»?
10. Сколько групп разделяют по степени тяжести труда:
11. Сколько возрастных категорий выделяют на сегодняшний день у взрослых людей (расчете на среднесуточное потребление энергии)?
12. К какой категории в соответствии с классификацией трудоспособного населения по величине энергозатрат в сутки относятся студенты?
13. Оптимальные соотношения белков\жиров\углеводов для среднестатистического человека
14. Каких жиров должно быть больше в нормальном рационе питания в среднем?
15. Каких углеводов должно быть больше при нормальном рационе питания, а не для наращивания жировой массы?
16. Что такое личная гигиена?
17. Что не включает в себя понятие гигиена?
18. Какой стереотип деятельности помогает адаптации организма во внешней среде?
19. Какая основная функция кожи нарушается при несоблюдении правил личной гигиены в первую очередь?
20. Что такое рациональный образ жизни:
21. Основная функция одежды?
22. Для чего нужен режим?
23. Напишите какие микроэлементы Вы знаете, необходимые в рационе питания?
24. К чему может привести недостаток микроэлементов?
25. Определение утомления?
26. Опасно ли длительное утомление для здоровья человека?
27. Что не относится к внешним признакам утомления?
28. К каким признакам относятся появление болевых ощущений в мышцах
29. Как субъективно может ощущаться утомление
30. Какой признак не верен в характеристике утомления?
31. Какой термин из классификации утомления лишний?
32. Что из нижеперечисленного нельзя отнести к проявлению утомления:
33. Что происходит с активностью ферментативной системы организма на фоне оmlения:
34. Гликолиз – это
35. Что происходит с дыханием при утомлении?
36. Закаливание это:
37. Изменения цвета кожи, повышенное потоотделение и нарушение координации движений – это
38. Основной поставщик энергии
39. В основные задачи гигиены физической культуры и спорта не входит

40. Гигиена рабочего места – что подразумевается.

3.2.

1. Лекарственные препараты, которые применяются спортсменами для искусственного, принудительного повышения работоспособности в период учебно-тренировочного процесса и соревновательной деятельности – это (дописать Допинг)
2. Что относится к допингам:
3. Установите соответствие.
 - 1) Циклические виды спорта А) прыжки в воду
 - 2) Скоростно-силовые Б) плавание
 - 3) Сложнокоординационные виды В) бег на 500м
4. Из скольких этапов состоит процедура допинг-контроля:
5. Какие санкции грозят спортсмену, уличенным в применении допинга:
6. В каком году впервые вступил в силу антидопинговый кодекс:
7. Согласно Всемирного антидопингового кодекса, выделяют такие нарушения антидопинговых правил, такие как:
8. С какими причинами связана проблема допинга в спорте:
9. С какого времени началось использование допинга:
10. Кем изначально был использован допинг:
11. Кто стал первым пойманным нарушителем:
12. В каком году была создана комиссия экспертов для борьбы с допингом:
13. К каким видам допинга относятся стимуляторы:
14. Химический агент, вызывающий ступор, кому или нечувствительность к боли – Наркотик
15. Установите соответствие:
 - 1) Употребление наркотиков А) задержка соц. развития
 - 2) Употребление допинга Б) укрепление инфантильного отнош. к себе
 - В) активизация работы и роста
 - Г) повышение работоспособности
16. ПАВ это:
17. Установите соответствие:
 - 1) Опиоиды А) план
 - 2) Каннабоиды Б) анаша
 - В) кодеин
 - Г) мак
18. Тропикомид это:
19. К диуретикам не относятся:
20. С какими причинами связана проблема допинга в спорте:
21. Препятствуют совладанию с проблемами употребления психоактивных веществ.
22. Способствуют совладанию с проблемами употребления психоактивных веществ
23. Ориентация на поиск удовольствия и импульсивность:

24. Противостояние социальному давлению и эмпатия:
25. У спортсменов менее ярко выражены:
26. У спортсменов ярко выражены:
27. Где впервые начали использовать допинг в медикаментозной и инъекционной форме?
28. В каком году были впервые введены тесты на допинг?
29. В настоящее время к допинговым средствам относят препараты скольких групп:
30. Что можно согласно медицинскому определению, назвать стимуляторами?
31. Что такое наркотик?
32. Алкоголь и табак — не считаются наркотиками с точки зрения каких понятий?
33. К чему не приводит употребление наркотиков?
34. Что нельзя отнести к последствиям применения анаболических стероидов?
35. У спортсменов ярко выражены:
36. К моделям профилактики табакокурения, алкоголизма, наркомании не относится:
37. Почему диуретики отнесены к допинговым средствам?
38. Современная концепция в области борьбы с допингом в спорте высших достижений приведена где?
39. Что по проверкам ВАДА оказалось честными видами спорта
40. Что происходит если употреблять тоники в сочетании с другими алкогольными и безалкогольными напитками:

Раздел 4. Примеры вопросов к тестовому тематическому заданию № 4. Тестовое тематическое задание содержит 20 вопросов, по 0,5 баллов за вопрос

4.1.

1. Спорт – это...
2. Массовый спорт –
3. Спорт высших достижений –
4. Что такое Единая всероссийская спортивная классификация?
5. Спортивный разряд?
6. Спортивное звание?
7. Разрядные нормы?
8. Разрядные требования?
9. РССС. МССИ
10. Юношеские олимпиады
11. Студенческие универсиады
12. Московские универсиады
13. Физическая культура используется в целях:
14. Элементы физического воспитания возникли в:

15. Оценка морфофункциональных данных проводится на основе:
16. Съезд по физической культуре в 1919 г проведен по инициативе
17. Задачи физического воспитания
18. Средства физического воспитания позволяют предупредить
19. Морфофункциональное развитие организма предполагает
20. В каком году был основан Институт физической культуры
21. Средства физического воспитания
22. Методы физического воспитания
23. Первенства, Кубки, Турниры.
24. Общеизвестные методы физического воспитания
25. Специфические методы физического воспитания
26. Туризм – как средство физического воспитания.
27. Игры: подвижные и спортивные.
28. Физические упражнения.
29. Значение физических упражнений.
30. Игра «Зарница»
31. Российский олимпийский комитет
32. Паралимпийский комитет России
33. Волонтеры России
34. Олимпийская хартия. Для чего необходима. Основные разделы.
35. Оздоровительно-рекреативное направление ФКиС
36. Оздоровительное направление ФКиС
37. Реабилитационное направление ФКиС
38. Спортивно-реабилитационное направление ФКиС
39. Гигиеническое направление ФКиС
40. Лечебная физическая культура

4.2.

1. Спорт высших достижений. Укажите цели.
2. Оздоровительно-прикладная физическая культура. Цели.
3. Лечебная физическая культура. Цели.
4. В зависимости от среды проведения занятий различают фитнес:
5. Закономерности, на которых базируется ОТ.
6. Основные принципы ОТ.
7. Назовите причины возросшей популярности ОТ. (причины бума ОТ).
8. Назовите отрицательные последствия ОТ.
9. «Здоровая тренированность».
10. Популярность бега. Причины.
11. Феномен сверхнагрузки. Что это такое. Студент должен сам написать определение.
12. Тренировки на выносливость приводят к:
13. Тренировка на силу приводит к:
14. При занятиях оздоровительным бегом:
15. Программно-целевой принцип (расставьте в порядке применения)
16. Что позволяет контролировать регистратор пульса.

17. Положительные факторы персональной тренировки.
18. Принцип половых отличий.
19. Возрастные изменения в организме (расставьте ниже буквы):
20. Что означает термин общий фитнес?
21. Каковы цели оздоровительной физической культуры
22. Используется ли в оздоровительной тренировке принцип сверхнагрузки
23. Укажите оптимальную длительность занятий оздоровительной физической культурой
24. Укажите правильную формулу для определения рабочей ЧСС (ЧССр)
25. Укажите зону (в %) функционального резерва при выполнении упражнений
26. Возможно ли заниматься фитнесом в случаях:
27. Какова оптимальная частота занятий фитнесом в неделю
28. Назовите наиболее популярные методы развития гибкости в фитнес-программах
29. Укажите три этапа силовой тренировки. (студент должен сам написать три этапа)
30. Производственная гимнастика.
31. Принцип оздоровительной направленности
32. Система Купера (контролируемые беговые нагрузки)
33. Система Амосова (режим 1000 движений)
34. Система Михао Икай (10 000 шагов каждый день)
35. Система Лидьярда (бег ради жизни)
36. Система Пинкней Каллане (программа из 30 упражнений для женщин с акцентом на растяжение)
37. Содержательные основы оздоровительной физической культуры
38. Основы построения оздоровительной тренировки
39. Производственная физическая культура и спорт
40. Гигиена рабочего места бакалавра /специалиста

8.3. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Итоговый контроль не предусмотрен

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. **Головина, В. А.** Учебная и внеучебная физкультурно-оздоровительная и спортивно-массовая работа / В. А. Головина, Т. Н. Акулова, И. В. Иванов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2014. – 40 с.
2. **Акулова, Т. Н.** Физическая культура и спорт. История ФКиС: учеб. пособие / Т. Н. Акулова. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2020. – 96 с.

3. **Плаксина, Н. В.** Психолого-педагогические и медико-биологические основы в структуре дисциплины «Физическая культура и спорт»: учеб. пособие / Н. В. Плаксина, Т. Н. Акулова. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2020. – 124 с.

Б. Дополнительная литература

1. **Холодов, Ж. К.** Теория и методика физического воспитания и спорта / Ж. К. Холодов, В. С. Кузнецов. – М.: Академия, 2018. – 496 с.
2. Олимпийский учебник студента: учебное пособие для олимпийского образования в высших учебных заведениях / В.С. Родиченко и др.; Олимпийский комитет России. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Советский спорт, 2011. – 136 с. ил.

Электронный учебник в свободном доступе

1. Физическая культура студента: Учебник / Под ред. В.И. Ильинича. М.: Гардарики, 2000. – 448 с.// http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/1309/1/physical_culture.pdf

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению самостоятельных работ.
- Видео-консультации в условиях реализации дисциплины с ЭО и ДОТ.

Научные и публицистические журналы:

- Человек. Спорт. Медицина. ISSN 2500-0195,
- Адаптивная физическая культура. ISSN 1998-149X,
- Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. ISSN
- Теория и практика физической культуры (англ). ISSN 2409-4234
- Теория и практика физической культуры (рус). ISSN 0040-3601
- Известия Тульского государственного университета. Физическая культура. Спорт. ISSN 2305-8404
- Культура физическая и здоровье. ISSN 1999-3455
- «Большой спорт» – журнал Алексея Немова. ISSN 1817–2547
- «Физическая культура, спорт – наука и практика». ISSN 1817-4779.

Для освоения дисциплины используются следующие нормативные и нормативно-методические документы:

- Федеральный закон Российской Федерации от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102118584> (дата обращения 10.05.2022)

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

<http://studsport.ru>

Общероссийская общественная организация «Российский студенческий спортивный союз». Портал посвящен студенческому спорту как в Российской Федерации, так и в каждом конкретном регионе страны.

<https://mrsss.ru/>

Московское региональное отделение Общероссийской общественной организации «Российский студенческий спортивный союз». Портал посвящен студенческому спорту в Москве (вузы Москвы)

<https://vk.com/kafedrasportarxty>

Кафедра спорта РХТУ им. Д.И. Менделеева в контакте.

Страница создана с целью просвещения и популяризации спорта в Российском химико-технологическом университете, а также является навигатором в учебной деятельности по дисциплинам «Физическая культура и спорт» и «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту».

<http://o-gto.ru/normy-gto-tablitsa-normativov/>

Портал является проводником по Всероссийскому физкультурно-спортивному комплексу «Готов к труду и обороне» (нормы ГТО, таблицы нормативов, техника выполнения, соревнования ГТО).

<https://www.minsport.gov.ru/sport/high-sport/skrytaya-edin-vseros/31598/>

Отдельный раздел на сайте Министерства спорта Российской Федерации, посвящен нормативному документу – Единая Всероссийская спортивная классификация 2018 – 2022 гг. (о всех видах спорта, правилах получения и присвоения разрядов и званий)

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 4 (общее число слайдов - 80);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 40);
- банк тестовых заданий для тематического контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 40).

Для теоретического раздела:

- лекционная учебная аудитория, оборудованная переносными электронными средствами демонстрации (компьютер/ноутбук со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью;

Для практического раздела:

- спортивный зал, для проведения занятий: МПЗ, ППФП, ОФП.
- шведские стенки;
- скамейки гимнастические;
- мячи набивные;

- скакалки, гимнастические палки, обручи;
- резина спортивная;
- «колпачки» сигнальные;
- рулетки, секундомеры, измерительные линейки большие;
- коврики туристические, маты;
- зеркальная стенка

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 01.01.2022 г. составляет 1 716 243 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.

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Физическая культура и спорт»* проводятся в форме лекций и практических занятий.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

- для теоретического подраздела:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная переносными электронными средствами демонстрации (компьютер/ноутбук со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью;

библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

- для практического подраздела:

Спортивные залы различной направленности, оборудованные необходимым спортивным инвентарем:

- шведские стенки;
- скамейки гимнастические;
- мячи набивные;
- скакалки, гимнастические палки, обручи;
- резина спортивная;
- «колпачки» сигнальные;
- коврики туристические, маты;
- зеркальная стенка;
- фитболы и т.д.

Раздевалки студенческие (раздельно для мужчин и женщин), оборудованные шкафчиками для сменной одежды, скамейками для переодевания, дополнительными вешалками для одежды, душевыми кабинами, туалетными комнатами; розетками для подключения электрических приборов – фенов.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты плакатов к разделам лекционного курса; комплекты плакатов к подразделам специальных курсов по избранному виду спорта.

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

Персональные компьютеры, укомплектованные проигрывателями CD и DVD, принтерами и программными средствами; 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 разделам лекционного курса; раздаточный материал к методико-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 по правильности выполнения норм ВФСК ГТО в тестовом режиме; по избранному виду спорта; 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	WINHOME 10 Russian OLV NL Each AcademicEdition	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020 Контракт № не определен, проводится закупочная процедура	Лицензия на операционную систему Microsoft Windows 10. ПО, не принимающее прямого участия в образовательных процессах.	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point • Outlook • OneNote • Access • Publisher • InfoPath 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	Лицензия на ПО, принимающее участие в образовательных процессах.	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	O365ProPlusOpenStudents ShrdSvr ALNG SubsVL OLV NL 1Mth Acadmc Stdnt STUUseBnft Приложения в составе подписки: Outlook OneDrive Word 365 Excel 365 PowerPoint 365 Microsoft Teams	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020 Контракт № не определен, проводится закупочная процедура	Лицензия на ПО, не принимающее прямого участия в образовательных процессах (инфраструктурное/ вспомогательное ПО), количество лицензий равно числу обучающихся	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition.	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020 Контракт № не		12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую

		определен, проводитс я закупочна я процедура		ю версию продукта)
--	--	---	--	-----------------------

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. 1.1. Предмет «Физическая культура и спорт». Задачи и место дисциплины в подготовке бакалавра. Организация учебного процесса в рамках рейтинговой системы. Требования к зачету. Нормативно-правовая база дисциплины «Физическая культура и спорт»</p>	<p><i>Знает:</i> - научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни; - способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; - правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности; <i>Умеет:</i> - самостоятельно заниматься физической культурой и спортом; - осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности; <i>Владеет:</i> - средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования</p>	<p>Баллы за письменное тестирование; выполнение тематического задания, лекцию</p>
1.2. История физической культуры и спорта.	<i>Знает:</i>	Баллы за письменное

	<p>- историю физической культуры и спорта, имеет представление о значимых спортивных событиях не только своей страны, но и мирового уровня; важнейшие достижения в области спорта;</p> <p>- спортивные традиции РХТУ им. Д.И. Менделеева, помнит о подвигах спортсменов в годы Великой отечественной войны 1941-1945 гг.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>- самостоятельно заниматься физической культурой и спортом;</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>- должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>тестирование, лекцию</p> <p>Баллы за тематическо-исследовательскую работу</p>
<p>Раздел 2. 2.1. Врачебный контроль и врачебное освидетельствование. Профилактика спортивного травматизма.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику заболеваний и вредных привычек,</p> <p>- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>- самостоятельно заниматься физической культурой и спортом;</p> <p>- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и</p>	<p>Баллы за письменное тестирование; выполнение тематического задания, лекцию</p>

	<p>соблюдать правила гигиены и техники безопасности; <i>Владеет:</i> - средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования</p>	
<p>2.2. Образ жизни и его отражение в профессиональной деятельности Здоровье человека как ценность. Основные требования к организации здорового образа жизни.</p>	<p><i>Знает:</i> - научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни; - влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; - способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; <i>Умеет:</i> - осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности; - поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; <i>Владеет:</i> - средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования</p>	<p>Баллы за письменное тестирование Баллы за тематическо-исследовательскую работу Все баллы должны быть набраны в семестре</p>

<p>Раздел 3. 3.1. Гигиеническое обеспечение занятий физической культурой и спортом Гигиена физического воспитания и спорта.</p>	<p><i>Знает:</i> - научно-практические основы физической культуры и спорта и здорового образа жизни; - влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; - правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности <i>Умеет:</i> - осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности; <i>Владеет:</i> - средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования</p>	<p>Баллы за письменное тестирование; Лекцию, выполнение тематического задания.</p>
<p>3.2. Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе Методические принципы физического воспитания. Общая физическая подготовка, её цели и задачи. Специальная физическая подготовка, её цели и задачи. Спортивная подготовка.</p>	<p><i>Знает:</i> - влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; - способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; - правила и способы планирования индивидуальных занятий</p>	<p>Баллы за письменное тестирование Баллы за тематическо-исследовательскую работу</p>

<p>Массовый спорт и спорт высших достижений, их цели и задачи.</p>	<p>различной целевой направленности; <i>Умеет:</i> - самостоятельно заниматься физической культурой и спортом; - подбирать индивидуальные комплексы по оздоровительной и физической культуре, по различным видам спорта; <i>Владеет:</i> - должным уровнем физической подготовленности, для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	
<p>Раздел 4. 4.1. Биологические основы физической культуры и спорта Организм человека как единая саморазвивающаяся биологическая система. Двигательная активность и ее влияние на устойчивость, и адаптационные возможности человека к умственным и физическим нагрузкам при различных воздействиях внешней среды. Утомление при физической и умственной работе. Значение мышечной релаксации (расслабления). Восстановление</p>	<p><i>Знает:</i> - влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек; - способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; <i>Умеет:</i> - осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности; - подбирать индивидуальные комплексы по оздоровительной и физической культуре, по различным видам спорта; <i>Владеет:</i></p>	<p>Баллы за письменное тестирование; Лекцию, выполнение тематического задания.</p>

	- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования	
<p>4.2. Физическая культура и спорт в профессиональной деятельности бакалавра и специалиста</p> <p>Место ППФП в системе подготовки будущего специалиста. Факторы, определяющие конкретное содержание ППФП. Методика подбора средств ППФП, организация и формы её проведения. Контроль за эффективностью ППФП студентов.</p> <p>Производственная физическая культура.</p> <p>Профилактика профессиональных заболеваний средствами физической культуры.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни; - способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; - правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно заниматься физической культурой и спортом; - подбирать индивидуальные комплексы по оздоровительной и физической культуре, по различным видам спорта; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - должным уровнем физической подготовленности, для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности 	<p>Баллы за письменное тестирование</p> <p>Баллы за тематическо-исследовательскую работу</p> <p>Все баллы должны быть набраны в семестре</p>

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

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется по отдельно разработанной программе *«Адаптивная Физическая культура и спорт»* 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
«ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»
основной образовательной программы
38.03.02 Менеджмент
код и наименование направления подготовки (специальности)

« _____ »
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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

« _____ » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Химия»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки – «Маркетинг»

Профиль подготовки – «Менеджмент организации»

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

« 25 » _____ мая _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена профессором кафедры общей и неорганической химии, доктором химических наук, профессором Соловьевым С.Н., доцентом кафедры общей и неорганической химии, кандидатом химических наук, доцентом Фирером А.А. доцентом кафедры общей и неорганической химии, кандидатом химических наук Кожевниковой С.В.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры общей и неорганической химии РХТУ им. Д.И. Менделеева «22» апреля 2022 г., протокол №8

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**, рекомендациями методической комиссии и накопленным опытом преподавания дисциплины кафедрой общей и неорганической химии РХТУ.

Дисциплина относится к базовой части учебного плана. Для успешного освоения дисциплины студент должен знать основной теоретический материал, изучаемый в школьном курсе химии, а также уметь решать простейшие задачи и составлять формулы соединений и уравнения химических реакций.

Цель дисциплины – приобретение знаний и компетенций, формирование современных представлений в области теоретических основ химии, химии элементов, органической химии.

Задачи дисциплины - овладении теоретическими основами химии и основами неорганической химии, органической химии с целью применения их при изучении последующих химических дисциплин; развитие навыков решения конкретных практических задач и исследовательской работы.

Дисциплина «Химия» преподается в 1 и 2 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 **универсальных компетенций и индикаторов их достижений:**

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	УК-1.1 Знает методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного

	<p>подход для решения поставленных задач.</p>	<p>на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности; УК-1.2 Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.3 Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; УК-1.4 Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи; УК-1.5 Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинств и недостатков.</p>
--	---	--

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

знать:

- электронное строение атомов и молекул;
- основы теории химической связи в соединениях разных типов, строение вещества в конденсированном состоянии;
- основные закономерности протекания химических процессов и характеристики равновесного состояния;
- методы описания химических равновесий в растворах электролитов,
- строение и свойства координационных соединений;
- химические свойства некоторых металлов и неметаллов и их важнейших соединений;
- способы получения и химические свойства основных классов органических соединений;
- основные механизмы протекания органических реакций;

уметь:

- выполнять основные химические операции, определять термодинамические характеристики химических реакций и равновесные концентрации веществ;
- использовать основные химические законы, термодинамические справочные данные;
- прогнозировать влияние различных факторов на равновесие в химических реакциях;
- анализировать и предсказывать реакционные свойства органических соединений;

- составлять схемы синтеза неорганических и органических соединений, заданного строения;

владеть:

- методами описания свойств веществ на основе электронного строения их атомов и положения в периодической системе химических элементов;

- основами номенклатуры и классификации неорганических и органических соединений;

- основными теоретическими представлениями в неорганической и органической химии;

- основными навыкам работы в химической лаборатории.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Виды учебной работы	Всего		1 семестр		2 семестр	
	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	10	360	6	216	4	144
Контактная работа - аудиторные занятия:	3,55	128	2,22	80	1,33	48
Лекции	1,78	64	0,89	32	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	1,33	48	0,89	32	0,44	16
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	16	0,44	16	-	-
Самостоятельная работа	6,45	232	3,78	136	2,67	96
Контактная самостоятельная работа		0,8		0,4		0,4
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	6,45	231,2	3,78	135,6	2,67	95,6
Вид итогового контроля			зачет с оценкой		зачет с оценкой	

Виды учебной работы	Всего		1 семестр		2 семестр	
	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	10	270	6	162	4	108
Контактная работа - аудиторные занятия:	3,55	64	2,22	60	1,33	36
Лекции (Лек)	1,78	48	0,89	24	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	1,33	36	0,89	24	0,44	12

Лабораторные работы (ЛР)	0,44	12	0,44	12	-	-
Самостоятельная работа (СР)	6,45	174	3,78	102	2,67	72
Контактная самостоятельная работа	6,45	0,6	3,78	0,3	2,67	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		173,4		101,7		71,7
Вид итогового контроля			зачет с оценкой		зачет с оценкой	

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. Теоретические основы химии	216	32	32	16	136
1.1	Основные классы неорганических веществ	18	2	2	2	12
1.2	Строение атома	12	2	2	-	8
1.3	Периодический закон и периодическая система	22	4	2	-	16
1.4	Окислительно-восстановительные процессы	31	4	4	2	21
1.5	Химическая связь и строение молекул	32	6	6	-	20
1.6	Понятие о химической термодинамике, термодинамические функции состояния	21	4	4	-	13
1.7	Химическое равновесие	10	2	2	-	6
1.8	Растворы. Равновесия в растворах	70	8	10	12	40
2.	Раздел 2. Химия элементов	72	16	8	-	48
2.1	Химия s-элементов	18	4	2	-	12
2.2	Химия p-элементов	36	8	4	-	24
2.3	Химия d-элементов	18	4	2	-	12

3.	Раздел 3. Органическая химия	72	16	8	-	48
3.1	Теория органического строения. Алканы, циклоалканы.	13	3	2	-	8
3.2	Алкены, алкадиены	9	2	1	-	6
3.3	Алкины	8	2	1	-	5
3.4	Ароматические углеводороды	9	2	1	-	6
3.5	Спирты. Фенолы	8,5	2	1	-	5,5
3.6	Карбонильные соединения	8,5	2	1	-	5,5
3.7	Карбоновые кислоты, сложные эфиры	9	2	1	-	6
3.8	Нитросоединения, амины	3,5	0,5	-	-	3
3.9	Жиры. Углеводы	3,5	0,5	-	-	3
	ИТОГО	360	64	48	16	232

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы химии

1.1 Основные классы неорганических соединений.

Оксиды; кислоты и основания; соли: средние, кислые, основные, комплексные. Получение и химические свойства. Диссоциация электролитов в водных растворах. Амфотерные оксиды и гидроксиды и особенности их химических свойств. Кислородные и бескислородные кислоты и их соли. Номенклатура неорганических соединений.

1.2 Строение атома.

Волновые свойства материальных объектов. Уравнение де Бройля. Соотношение неопределенностей Гейзенберга. Понятие о квантовой механике и уравнении Шредингера. Волновая функция. Электронная плотность. Характеристика состояния электронов квантовыми числами. Квантовые числа и формы электронных облаков. Формы электронных облаков для s-, p- и d-состояний электронов в атомах. Многоэлектронные атомы. Принцип Паули. Максимальное число электронов в электронных слоях и оболочках. Правило Хунда. Последовательность энергетических уровней электронов в многоэлектронных атомах.

1.3 Периодически закон и периодическая система.

Современная формулировка периодического закона. Периодическая система и ее связь со строением атомов. Заполнение электронных слоев и оболочек атомов в периодической системе элементов Д.И. Менделеева. Особенности электронного строения атомов в группах: s-, p-, d- и f-элементы.

Атомные и ионные радиусы, условность этих понятий. Изменение радиусов атомов по периодам и группам периодической системы элементов.

Ионные радиусы и их зависимость от электронного строения атомов и степени окисления. Энергия ионизации и сродство к электрону как характеристики энергетического состояния атома. Закономерности в изменении энергии ионизации на примере элементов второго периода. Значение периодического закона для естествознания.

1.4 Окислительно-восстановительные процессы.

Степень окисления атома в соединении. Важнейшие окислители и восстановители. Основные схемы превращения веществ в окислительно-восстановительных реакциях. Влияние температуры, концентрации реагентов, их природы, среды и других условий на глубину и направление протекания окислительно-восстановительных реакций.

1.5 Химическая связь и строение молекул.

Ковалентная связь, основные положения метода валентных связей. Электроотрицательность атомов. Ионная и ковалентная связи, свойства ковалентной связи: направленность и насыщенность. Полярная ковалентная связь. Донорно-акцепторный механизм образования связи. Характеристики ковалентной связи: длина, энергия (энтальпия), валентные углы. Соотношение длин и энергий (энтальпий) одинарных и кратных связей. Эффективные заряды атомов в молекуле.

Межмолекулярная и внутримолекулярная водородная связь. Энергия и длина водородной связи. Влияние наличия водородной связи на свойства химических соединений и их смесей (температуры плавления и кипения, степень диссоциации в водном растворе и др.).

Ионная связь как предельный случай ковалентной связи. Ненаправленность и ненасыщаемость ионной связи.

Рассмотрение схем перекрывания атомных орбиталей при образовании связей в молекулах. Гибридизация волновых функций, примеры sp -, sp^2 -, sp^3 -гибридизаций. Гибридизация с участием d -орбиталей. Заполнение гибридных орбиталей неподеленными парами электронов. Образование кратных связей; σ - и π -связи, их особенности. Делокализованные π -связи и процедура наложения валентных схем.

Общие сведения о комплексных соединениях. Комплексообразователь, лиганды, координационные числа, дентантность лигандов, внутренняя и внешняя сферы комплексного соединения. Классификация комплексов по виду координируемых лигандов. Номенклатура комплексных соединений. Природа химической связи в комплексных соединениях: метод валентных связей.

1.6 Понятие о химической термодинамике, термодинамические функции состояния (характеристические функции).

Внутренняя энергия и энтальпия, их физический смысл. Понятие о термодинамической системе, изолированные системы. Экзо- и эндотермические реакции. Термохимия и термохимические уравнения. Понятие о стандартном состоянии индивидуальных жидких и кристаллических веществ, газов и растворов. Стандартные энтальпии

образования, растворения и сгорания веществ. Закон Гесса и следствия из него. Использование закона Гесса для вычисления энтальпий реакций и энтальпий связи в молекуле. Понятие об энтропии, абсолютная энтропия и строение вещества. Изменение энтропии в различных процессах.

Энергия Гиббса, ее связь с энтропией и энтальпией. Физический смысл энергии Гиббса. Энтропийный и энтальпийный факторы процесса. Критерий самопроизвольного протекания процессов в изобарно-изотермических условиях.

1.7 Химическое равновесие.

Истинное и кажущееся равновесия, их признаки. Константа химического равновесия (K_c и K_p для газовых равновесий). Связь ΔG°_T с константой равновесия. Равновесие в гомогенных и гетерогенных системах. Смещение химического равновесия, принцип Ле-Шателье – Брауна. Влияние температуры, давления, добавки инертного газа и изменения концентрации реагентов на химическое равновесие.

1.8 Растворы. Равновесия в растворах

Процессы, сопровождающие образование жидких истинных растворов неэлектролитов и электролитов.

Краткая характеристика межчастичных взаимодействий в растворах. Идеальные и реальные растворы. Способы выражения концентраций растворов. Эквивалент и закон эквивалентов.

Ассоциированные и неассоциированные электролиты. Степень диссоциации. Константа диссоциации. Зависимость степени электролитической диссоциации от концентрации электролита (закон разбавления Оствальда). Состояние бесконечного разбавления раствора электролита, свойства такого раствора. Шкала стандартных термодинамических функций образования ионов в водных растворах. Ступенчатая диссоциация электролитов. Влияние одноименных ионов на равновесие диссоциации слабого электролита в растворе. Равновесие в системе, состоящей из насыщенного раствора малорастворимого электролита и его кристаллов, произведение растворимости, условия осаждения и растворения малорастворимого электролита. Равновесие диссоциации в растворах комплексных соединений, константа нестойкости и константа устойчивости комплексного иона. Реакции образования и реакции разрушения комплексных соединений.

Равновесие диссоциации воды, ионное произведение воды и его зависимость от температуры. Шкала величин рН и рОН. Способы расчета величин рН растворов. Буферные растворы. Поляризующее действие ионов соли на молекулы воды.

Гидролиз солей, гидролиз по катиону и аниону. Ступенчатый гидролиз. Взаимное усиление гидролиза, полный (необратимый) гидролиз. Способы усиления и подавления гидролиза.

Раздел 2. Химия элементов.

2.1 Химия s-элементов

Щелочные металлы. Общая характеристика свойств элементов, нахождение в природе, получение и химические свойства металлов. Соединения щелочных металлов, оксиды, пероксиды, озониды; получение, их свойства и химическая связь в этих соединениях. Гидроксиды щелочных металлов, получение в промышленности NaOH, химические свойства гидроксидов. Общая характеристика солей, получение соды по методу Сольве. Особенности химии лития. Области применения щелочных металлов и их соединений.

Щелочно-земельные металлы, магний. Общая характеристика свойств металлов, нахождение в природе, получение металлов и их химические свойства. Общая характеристика солей этих элементов, их растворимость и гидролизуемость. Оксиды и гидроксиды этих элементов: получение и химические свойства. Жесткость воды и методы ее устранения. Области применения металлов и их соединений.

2.2 Химия p-элементов

Общая характеристика p - элементов, сравнение химических свойств и реакционной способности.

Алюминий. Природные источники и получение металла. Оксид, гидроксид, алюминаты: получение и химические свойства. Гидролиз солей алюминия, квасцы. Гидрид алюминия и алюмогидриды, синтез и использование в качестве восстановителей. Применение алюминия и его соединений.

Углерод. Аллотропные модификации: графит, алмаз, карбин, фуллерены. Химические свойства углерода. Классификация карбидов. Оксиды углерода (II) и (IV): получение и химические свойства. Угольная кислота, ее соли и производные. Синильная кислота, ее соли: получение и химические свойства. Роданиды. Применение углерода и его соединений.

Кремний. Природные источники, методы получения и очистки. Химические свойства кремния, его оксида и кремниевой кислоты. Кварцевое стекло, силикагель, растворимое стекло. Водородные соединения кремния, получение и восстановительная активность. Силициды металлов, карбид кремния, нитрид кремния, гексафторкремниевая кислота: получение и свойства. Применение кремния и его соединений.

Азот. Общая характеристика химических свойств элементов группы азота. Промышленное и лабораторное получение азота. Проблема связанного азота и возможные пути ее решения. Аммиак: получение, химические свойства аммиака, жидкий аммиак как растворитель, амиды, имиды и нитриды, их гидролиз. Гидразин и гидроксилламин: получение, строение молекул, кислотнo-основные и окислительно-восстановительные свойства. Азотистый водород: получение, строение молекулы, азиды металлов.

Оксиды азота (I, II, III, IV, V); их получение, химическая связь и свойства. Влияние на окружающую среду выбросов оксида азота. Азотистая кислота и нитриты, получение и восстановительные свойства. Азотная кислота как окислитель, термическое разложение нитратов и их использование в качестве

окислителей. Царская водка и ее реакции с металлами. Применение азота и его соединений. Азотные удобрения.

Фосфор. Природные источники фосфора, получение фосфора в промышленности. Многообразие аллотропных модификаций фосфора, белый и красный фосфор. Фосфин: получение, строение молекулы, химические свойства. Фосфиды металлов. Фосфиновая (фосфорноватистая), фосфоновая (фосфористая) кислоты, фосфинаты (гипофосфиты) и фосфонаты (фосфиты) как восстановители. Гидратация P_4O_{10} , фосфорные кислоты, фосфаты, взаимные переходы фосфатов. Соединения фосфора с галогенами: получение, строение молекул, гидролиз. Применение фосфора и его соединений.

Кислород. Промышленное и лабораторное получение кислорода, строение молекулы, парамагнетизм кислорода. Физические и химические свойства. Озон: получение, строение молекулы, окислительное действие. Классификация кислородных соединений элементов. Пероксид водорода: получение, строение молекулы, окислительно-восстановительные свойства. Области применения кислорода и его соединений.

Сера. Природные источники, получение и химические свойства. Аллотропия серы, строение ее молекулы. Водородные соединения: получение, строение молекул, восстановительные свойства. Сульфиды, методы получения, восстановительные свойства, гидролиз, отношение к минеральным кислотам.

Диоксид серы: получения, кислотные и окислительно-восстановительные свойства. Влияние выбросов сернистого газа на окружающую среду. Триоксид серы: получение, гидратация, окислительные свойства. Сернистая кислота и её соли: получение и свойства.

Серная кислота: получение, строение молекулы, окислительное действие концентрированного водного раствора, Водоотнимающее свойство. Сульфаты, гидросульфаты. Применение серы и её соединений.

Водород. Промышленное и лабораторное получение водорода, классификация гидридов, восстановительная активность водорода и гидридов металлов.

Галогены. Общая характеристика химических свойств галогенов, нахождение в природе, промышленное и лабораторное получение. Особенности химических свойств фтора, фториды кислорода. Реакции хлора, брома и йода с водой и растворами щелочей. Водородные соединения галогенов: получение, кислотные свойства, термическая стабильность, восстановительные свойства. Ассоциация молекул HF в плавиковой кислоте, дифториды калия и натрия. Кислородные соединения хлора и йода: получение, строение молекул, кислотно-основные и окислительно-восстановительные свойства. Кислородные кислоты хлора, брома и йода, способы получения, окислительное действие. Соли кислородных кислот галогенов как окислители в кристаллическом состоянии. Сопоставление кислотных и окислительных свойств кислородных кислот галогенов и их солей. Межгалогенные соединения, их гидролиз. Области применения галогенов и их соединений.

2.3 Химия d-элементов.

Особенности химии d-элементов. Закономерности изменения химических свойств по группам и периодам. Нестехиометрические соединения.

Хром. Природные источники, получение и химические свойства. Соли хрома (III), оксид и гидроксид хрома (III): получение, кислотно-основные свойства, гидролиз. Хромовый ангидрид: получение, гидратация, окислительные свойства. Хроматы и бихроматы как окислители. Получение хлористого хрома и его гидролиз. Применение хрома и его соединений.

Марганец. Природные источники, получение и химические свойства. Соединения марганца (II), получение, кислотно-основные и окислительно-восстановительные свойства. Диоксид марганца, манганаты (IV), получение и химические свойства. Манганаты (VI), перманганаты, марганцевый ангидрид, марганцевая кислота: получение и окислительно-восстановительные свойства. Применение марганца и его соединений.

Железо, кобальт, никель. Нахождение в природе, промышленное получение, химические свойства металлов. Соединения степени окисления +2 и +3, получение, кислотно-основные и окислительно-восстановительные свойства. Комплексные соединения металлов. Ферраты: получение и окислительное действие. Применение железа, кобальта, никеля и их соединений.

Медь. Нахождение в природе, получение и её химические свойства. Оксиды, гидроксиды, галогениды: получение, кислотно-основные свойства, гидролиз. Комплексные соединения. Применение меди и её соединений.

Цинк. Природные источники, промышленное получение и её химические свойства. Соединения с кислородом и галогенами, получение и свойства. Применение цинка и его соединений.

Раздел 3. Органическая химия.

3.1 Теория органического строения. Алканы, циклоалканы.

Теория химического строения. Изомерия органических соединений. Классификация органических соединений. Номенклатура органических соединений.

Алканы. Гомологический ряд. Изомерия и номенклатура. Промышленные и лабораторные способы получения. Физические свойства. Пространственное строение. Химические свойства. Механизм реакции радикального замещения. Циклоалканы. Классификация и номенклатура. Природные источники и способы получения циклоалканов. Химические свойства циклоалканов.

3.2 Алкены, алкадиены.

Алкены. Гомологический ряд. Изомерия и номенклатура. Получение. Физические свойства. Химические свойства. Механизм реакции электрофильного присоединения.

Сопряженные алкадиены. Способы получения. Физические свойства. Химические свойства.

3.3 Алкины.

Гомологический ряд. Изомерия и номенклатура. Способы получения. Пространственное и электронное строение. Физические свойства. Химические свойства алкинов. Ацетилениды, получение, строение, свойства, применение в синтезе соединений, содержащих тройную связь. Применение алкинов.

3.4. Ароматические углеводороды.

Ароматический характер бензола. Особенности пространственного и электронного строения бензола. Способы получения аренов. Физические свойства. Химические свойства.

3.5. Спирты. Фенолы.

Одноатомные спирты. Классификация и номенклатура. Способы получения. Химические свойства. Применение спиртов в промышленности. Многоатомные спирты. Гликоли. Глицерин. Способы получения. Физические и химические свойства. Практическое применение.

Фенолы. Классификация и номенклатура. Способы получения. Физические свойства. Пространственное и электронное строение. Химические свойства.

3.6. Карбонильные соединения.

Классификация и номенклатура. Способы получения. Физические свойства. Пространственное и электронное строение. Химические свойства.

3.7 Карбоновые кислоты, сложные эфиры.

Одноосновные карбоновые кислоты. Классификация и номенклатура. Способы получения. Физические свойства. Химические свойства.

Дикарбоновые кислоты жирного и ароматического ряда. Номенклатура. Способы получения. Физические и химические свойства.

Гидроксикислоты: классификация и номенклатура. Способы получения.

Высшие жирные кислоты. Способы получения. Физические и химические свойства.

3.8. Нитросоединения, амины.

Нитросоединения. Классификация и номенклатура. Способы получения. Химические свойства. Амины. Классификация и номенклатура. Способы получения. Физические свойства. Химические свойства.

3.9. Жиры. Углеводы.

Жиры как сложные эфиры глицерина и высших жирных кислот. Физические, химические свойства.

Углеводы. Классификация и номенклатура. Физические и химические свойства моносахаридов. Дисахариды. Строение и свойства. Полисахариды.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Компетенции	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	электронное строение атомов и молекул	+	+	

2	основы теории химической связи в соединениях разных типов, строение вещества в конденсированном состоянии	+	+	
3	основные закономерности протекания химических процессов и характеристики равновесного состояния	+	+	
4	методы описания химических равновесий в растворах электролитов	+	+	
5	строение и свойства координационных соединений	+	+	
6	химические свойства некоторых металлов и неметаллов и их важнейших соединений	+	+	
7	способы получения и химические свойства основных классов органических соединений			+
8	основные механизмы протекания органических реакций			+
	Уметь:			
9	выполнять основные химические операции, определять термодинамические характеристики химических реакций и равновесные концентрации веществ	+	+	
10	использовать основные химические законы, термодинамические справочные данные для решения профессиональных задач	+	+	
11	прогнозировать влияние различных факторов на равновесие в химических реакциях	+	+	
12	анализировать и предсказывать реакционные свойства органических соединений			+
13	составлять схемы синтеза неорганических и органических соединений, заданного строения		+	+
	Владеть:			
14	методами описания свойств простых и сложных веществ на основе электронного строения их атомов и положения в периодической системе химических элементов	+	+	
15	основами номенклатуры и классификации неорганических и органических соединений	+	+	+

16	основными теоретическими представлениями в органической химии			+	
17	основными навыками работы в химической лаборатории	+			
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие универсальные компетенции и индикаторы их достижений:					
18	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	+	+	+
19		УК-1.2 Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие	+	+	+
20		УК-1.3 Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи	+	+	+
21		УК-1.4 Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи	+	+	+
22		УК-1.5 Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинств и недостатков.	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1	Практическое занятие 1. Основные классы неорганических соединений. Номенклатура неорганических соединений. Оксиды. Кислоты и основания; соли: средние, кислые,	2 акад.ч.

		основные, комплексные. Классификация и номенклатура. Амфотерные оксиды и гидроксиды и особенности их химических свойств. Кислородные и бескислородные кислоты и их соли.	
2	Раздел 1	Практическое занятие 2. Способы выражения концентраций растворов I. Взаимный пересчет концентраций. Приготовление растворов. Решение задач	2 акад.ч.
3	Раздел 1	Практическое занятие 3. Способы выражения концентраций растворов II. Решение задач с использованием уравнений материального баланса.	2 акад.ч.
4	Раздел 1	Практическое занятие 4. Способы выражения концентрации растворов III (нормальность). Закон эквивалентов. Фактор эквивалентности, молярная масса и молярный объем эквивалента. Решение задач по теме эквивалент.	2 акад.ч.
5	Раздел 1	Практическое занятие 5. Окислительно-восстановительные реакции I (ОВР). Важнейшие окислители и восстановители. Классификация ОВР. Взаимодействие металлов и неметаллов с кислотами. Метод подстрочного электронного баланса. Реакции диспропорционирования и внутримолекулярного окисления-восстановления.	2 акад.ч.
6	Раздел 1	Практическое занятие 6. Окислительно-восстановительные реакции II (ОВР). ОВР с участием перманганата калия и соединений марганца; бихромата калия и соединений хрома.	2 акад.ч.
7	Раздел 1	Практическое занятие 7. Характеристика состояния электрона в атоме системой квантовых чисел. Принцип Паули и правило Хунда. Форма электронных облаков. Энергетический ряд атомных орбиталей. Электронные формулы атомов и ионов.	2 акад.ч.
8	Раздел 1	Практическое занятие 8. Основные положения метода валентных связей (ВС). Валентные возможности атомов в рамках метода ВС. Донорно-акцепторный механизм	2 акад.ч.

		образования связи (Be_2Cl_4 , Al_2Br_6 , NH_4^+ , BF_4^- , AlCl_4^- , CO).	
9	Раздел 1	Практическое занятие 9. Гибридные представления. Схемы перекрывания орбиталей при образовании связей в молекулах (NCl_3 , NH_3 , H_2O , SCl_2 , PCl_3 , H_2S , BeCl_2 , BBr_3 , CH_4 , CBr_4). Кратные связи (CO_2 , HCOOH , COCl_2 , C_2H_2 , $\text{CH}_3\text{-C}\equiv\text{CH}$).	2 акад.ч.
10	Раздел 1	Практическое занятие 10. Природа химической связи в комплексных соединениях: метод валентных связей: $[\text{Fe}(\text{H}_2\text{O})_6]^{2+}$, $[\text{Fe}(\text{CN})_6]^{4-}$, $[\text{NiF}_4]^{2-}$, $[\text{Ni}(\text{CN})_4]^{2-}$, $[\text{AgCl}_2]^-$	2 акад.ч.
11	Раздел 1	Практическое занятие 11. Тепловые эффекты химических реакций, энтальпии образования и сгорания. Закон Гесса, следствия из закона Гесса, вычисление ΔH° реакций и энергий (энтальпий) связи в молекулах.	2 акад.ч.
12	Раздел 1	Практическое занятие 12. Понятие об энтропии, абсолютная энтропия веществ (S°_{T}) и энтропия процессов ($\Delta S^\circ_{\text{T}}$). Энергия Гиббса как мера химического сродства. Изменение энергии Гиббса в различных процессах, энтропийный и энтальпийный факторы. Вычисление ΔG°_{298} и ΔS°_{298} процессов по справочным данным.	2 акад.ч.
13	Раздел 1	Практическое занятие 13. Химическое равновесие. Константа химического равновесия (K_p и K_c). Расчет равновесных концентраций. Смещение равновесия и принцип Ле-Шателье – Брауна. Связь $\Delta G^\circ_{\text{T}}$ с константой равновесия, связь $\Delta G^\circ_{\text{T}}$ с ΔG° .	2 акад.ч.
14	Раздел 1	Практическое занятие 14. Свойства растворов электролитов. Константа и степень диссоциации. Ионное произведение воды, шкала pH. Расчет pH растворов кислот и оснований. Расчет pH буферных растворов. Произведение растворимости, концентрация насыщенного раствора (растворимость).	2 акад.ч.
15	Раздел 1	Практическое занятие 15. Гидролиз солей. Ступенчатый гидролиз, полный гидролиз. Способы усиления и подавления гидролиза. Константа и степень гидролиза, их связь с	2 акад.ч.

		концентрацией соли в растворе. Расчет pH водных растворов солей.	
16	Раздел 1	Практическое занятие 16. Реакции образования и разрушения комплексных соединений. Равновесие в растворах	2 акад.ч.
17	Раздел 2	Практическое занятие 1. Химия щелочных, щелочноземельных металлов, магния и алюминия. комплексных соединений.	2 акад.ч.
18	Раздел 2	Практическое занятие 2. Неметаллы: углерод, кремний, азот, фосфор. Химия серы и её соединений. Галогены.	2 акад.ч.
19	Раздел 2	Практическое занятие 3. Металлы побочных подгрупп: хром, марганец, железо.	2 акад.ч.
	Контрольная работа Раздела 2		2 акад.ч.
20	Раздел 3	Практическое занятие 1. Теория органического строения. Предельные и непредельные углеводороды. Ароматические углеводороды.	2 акад.ч.
21	Раздел 3	Практическое занятие 2. Спирты, одноатомные и многоатомные, фенолы, карбонильные соединения.	2 акад.ч.
22	Раздел 3	Практическое занятие 3. Карбоновые кислоты, сложные эфиры. Взаимосвязь между углеводородами и кислородсодержащими органическими соединениями.	2 акад.ч.
	Контрольная работа Раздела 3		2 акад.ч.

Во 2 семестре обучения текущий контроль по Разделам 2 и 3 проводится в часы, отведенные на практические занятия.

6.2. Лабораторные работы.

Выполнение лабораторного практикума в 1 семестре обучения способствует закреплению материала, изучаемого в дисциплине «Химия», а также способствует формированию у студентов навыков экспериментальной работы и развитию навыков исследовательской работы.

В практикум входит 6 лабораторных работ. Максимальная оценка за лабораторные работы – 24 балла (4 балла за выполнение и защиту работы). 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	Раздел 1	Приготовление раствора заданной концентрации.	2 акад.ч.
2		Определение концентрации раствора титрованием.	2 акад.ч.
3		Изучение окислительно-восстановительных реакций.	2 акад.ч.
4		Определение молярной массы эквивалента.	2 акад.ч.
5		Получение и свойства комплексных соединений.	2 акад.ч.
6		Гидролиз солей.	2 акад.ч.

Текущий контроль по Разделу 1 дисциплины (контрольные работы 1 и 2) проводится в часы, отведенные на лабораторные занятия. На каждую контрольную работу отводится 90 мин.

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА.

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

- и регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала;
- и регулярную подготовку к практическим занятиям и лабораторным работам, в том числе выполнение домашних работ и индивидуальной домашней работы;
- и ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами;
- и подготовку к сдаче зачетов с оценкой 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 1 семестре складывается из оценок за индивидуальную домашнюю работу (максимальная оценка - 12 баллов), контрольные работы (максимальная оценка - 25 баллов), лабораторные работы

(максимальная оценка -24 балла) и итогового контроля в форме зачета (максимальная оценка 40 баллов).

Совокупная оценка в 2 семестре складывается из оценок за индивидуальную домашнюю работу (максимальная оценка 20 баллов), контрольные работы (максимальная оценка 40 баллов) и итогового контроля в форме зачета (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика индивидуальной домашней работы.

Индивидуальная домашняя работа по курсу выполняется в 1 и 2 семестрах в часы, выделенные учебным планом на самостоятельную работу. Максимальная оценка индивидуальной домашней работы – 12 баллов (по 2 балла за задание) в 1 семестре и 20 баллов (по 2 балла за задание) во 2 семестре. Индивидуальная домашняя работа подразумевает решение задач и упражнений студентом бакалавриата по персональному плану.

Раздел	Примерные темы индивидуальной домашней работы
Раздел 1. Теоретические основы химии	Эквивалент. Закон эквивалентов.
	Приготовление растворов. Способы выражения концентраций растворов.
	Основные положения метода валентных связей (ВС). Гибридные представления.
	Окислительно-восстановительные реакции.
	Химическое равновесие. Константа химического равновесия (K_p и K_c). Расчет равновесных концентраций. Смещение равновесия и принцип Ле-Шателье – Брауна.
Раздел 2. Химия элементов	Свойства растворов электролитов. Константа и степень диссоциации. Ионное произведение воды, шкала pH. Расчет pH растворов кислот и оснований. Расчет pH буферных растворов.
Раздел 3. Органическая химия	Осуществление превращения, получение неорганического вещества из предложенного. Химические свойства неорганических веществ. (5 заданий).
	Осуществление превращения, получение органического вещества из предложенного. Химические свойства органических веществ. (5 заданий).

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины.

Для текущего контроля предусмотрено 2 контрольных работы в 1 семестре по разделу 1 и 2 контрольных работы во 2 семестре по каждому из разделов. Контрольные работы проводятся в часы лабораторных (1 семестр) и практических (2 семестр) занятий. Максимальная оценка за первую контрольную работу – 15 баллов, за вторую контрольную работу – 9 баллов в

1 семестре. За контрольную работу раздела 2 – 20 баллов, за контрольную работу раздела 3 – 20 баллов во 2 семестре.

Раздел 1. Теоретические основы химии.

Контрольная работа №1

1. Напишите формулы нижеперечисленных соединений: гидрокарбонат калия, сернистый ангидрид, питьевая сода, дигидрофосфат аммония, хлорид алюминия, тетрагидроксоцинкат калия, серная кислота, углекислый газ, поваренная соль, силикат кальция, сульфид бария, фосфат кальция, сернистая кислота, гидрофосфат калия, сульфат хрома.
2. Проиллюстрируйте химические свойства солей на примере хлорида меди (II).
3. Для приготовления разбавленного раствора серной кислоты концентрированный раствор серной кислоты добавили в некоторое количество воды. Составьте систему уравнений материального баланса по всем компонентам раствора и по растворенному веществу.
4. Напишите уравнения реакций, составьте подстрочный электронный баланс и расставьте коэффициенты:
 - а. иодид калия + перманганат калия + серная кислота =
 - б. медь + азотная кислота (разб.) =
5. Напишите электронную формулу атома фосфора. Распределите электроны по квантовым ячейкам и все электроны второго электронного слоя охарактеризуйте системой квантовых чисел. Охарактеризуйте валентные возможности атома фосфора.
6. Изобразите схему перекрывания орбиталей при образовании химической связи в молекуле аммиака. Каков валентный угол и геометрия молекулы?

Оценка заданий:

№ задания	1	2	3	4	5	6	Σ
Оценка, балл	3	2	3	2	3	2	15

Контрольная работа №2

1. Вычислите среднюю энтальпию связи углерод-кислород в молекуле CO₂ по следующим данным: ΔH⁰_{обр.}CO₂(г) = -393,5 кДж/моль;
 - 1) C(к, графит) = C(г); ΔH⁰₁ = 715,1 кДж;
 - 2) O₂(г) = 2O(г); ΔH⁰₂ = 498,4 кДж.
2. По справочным данным определите при 298,15К константу равновесия процесса 2NO₂(г) ↔ N₂O₄(г)
3. Определите pH и pOH раствора гидроксида бария с массовой долей Ba(OH)₂ 0,2% и плотностью 1,002 г/мл.
4. Напишите уравнения реакций:

$$\text{CuSO}_4 + \text{H}_2\text{O} \rightarrow \text{ZnCl}_2 + \text{NH}_3 (\text{изб.}) \rightarrow$$

$$\text{KNO}_2 + \text{H}_2\text{O} \rightarrow \text{NiCl}_2 + \text{KCN}(\text{изб.}) \rightarrow$$

Оценка заданий:

№ задания	1	2	3	4	Σ
Оценка, балл	2	2	3	2	9

Раздел 2. Химия элементов.

Контрольная работа

1. Физические и химические свойства щелочных металлов.
2. Промышленное получение едкого натра; алюминия.
3. Графит и алмаз. Сопоставьте их строение и свойства.
4. Промышленное получение кремния; углекислого газа.

Оценка заданий:

№ задания	1	2	3	4	Σ
Оценка, балл	5	5	5	5	20

Раздел 3. Органическая химия.

Контрольная работа

1. Химические свойства алкенов. Механизм реакции электрофильного присоединения.
2. Химические свойства бензола.
3. Химические свойства галогеналканов.
4. Химические свойства альдегидов и кетонов. Качественные реакции на альдегиды.

Оценка заданий:

№ задания	1	2	3	4	Σ
Оценка, балл	5	5	5	5	20

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины.

Раздел 1. Теоретические основы химии.

Билет для проведения зачета содержит 4 вопроса, максимальная оценка за каждый вопрос – 10 баллов. Общая оценка по дисциплине складывается путем суммирования оценок за индивидуальную домашнюю работу (максимум 12 баллов), контрольные работы (максимум 24 балла), лабораторные работы (максимально 24 балла) и ответ на зачете (максимум 40 баллов). Максимальная оценка – 100 баллов.

Примеры вопросов зачета

1. Корпускулярно-волновой дуализм. Свойства волновой функции. Понятие об уравнении Шредингера. Квантовые числа как характеристика состояния электрона в атоме.
2. Характеристика состояния электрона в атоме системой квантовых чисел.
3. Принцип Паули и правило Хунда. Сколько максимально электронов может находиться в N-слое, d-оболочке?

4. Электронный слой, электронная оболочка, электронная орбиталь. Максимальное число электронов в слое, оболочке и на орбитали.
 5. Энергия электрона в многоэлектронном атоме. Энергетический ряд атомных орбиталей. Электронные формулы атомов Mn, S и иона Fe^{2+} .
 6. Современная формулировка периодического закона. Периодическое изменение свойств на примере энергии ионизации атома и радиуса иона.
 7. Атомные и ионные радиусы. Основные закономерности изменения атомных радиусов по периодам и группам периодической системы. Закономерности изменения ионных радиусов (катионы и анионы, d-сжатие, f-сжатие, изоэлектронные ионы).
 8. Относительная сила кислородных кислот и оснований (схема Косселя) на примерах H_2CO_4 и $HMnO_4$; H_2SO_4 и H_2SO_3 ; $CuOH$ и $Cu(OH)_2$.
 9. Типы химической связи. Ионная и ковалентная связи, их свойства.
 10. Основные положения метода валентной связи. Валентные возможности атомов углерода, азота, фосфора, серы, фтора и хлора.
 11. Гибридные представления при описании химической связи. Изобразите схемы перекрывания атомных орбиталей при образовании связей в молекулах CO_2 и $BeCl_2$. Образование кратных связей.
 12. Типы окислительно-восстановительных реакций, приведите примеры.
 13. Типичные окислители и восстановители. Приведите примеры.
 14. Формулировка закона Гесса, условия его выполнения. Энтальпии образования и энтальпии сгорания.
 15. Следствия из закона Гесса, при каких условиях выполняется этот закон?
 16. Энергия Гиббса, энтальпия; их физический смысл. Связь между энергией Гиббса и энтальпией. Что такое энтропийный и энтальпийный факторы?
 17. Энергия Гиббса как термодинамическая функция состояния. Определение и свойства. Вычисление энергии Гиббса процессов по справочным данным.
 18. Критерий самопроизвольного течения реакций, энтальпийный и энтропийный факторы процесса.
 19. Стандартные термодинамические характеристики. Понятие о стандартном состоянии индивидуальных жидких и кристаллических веществ, газов и растворов.
 20. Химическое равновесие. Истинное (устойчивое) и кажущееся (кинетическое) равновесие; их признаки.
 21. Константа химического равновесия. Связь величин K_p и K_c для газовых равновесий.
 22. Ионное произведение воды. Шкала величин pH и pOH. Вычисление pH растворов неассоциированных кислот и оснований.
 23. Условия выпадения осадка и растворения малорастворимых электролитов.
 24. Расчет pH растворов солей, гидролизированных по катиону.
 25. Обратимый гидролиз солей.
 26. Взаимное усиление гидролиза (совместный гидролиз). Полный (необратимый) гидролиз.
27. Полный перечень оценочных средств приведен в виде отдельного документа, являющегося неотъемлемой частью основной образовательной программы.

Раздел 2. Химия элементов

Раздел 3. Органическая химия

Билет для проведения зачета содержит 4 вопроса. Общая оценка по дисциплине складывается путем суммирования оценок за индивидуальную домашнюю работу (максимум 20 баллов), контрольные работы (максимум 40 баллов) и ответ на зачете (максимум 40 баллов). Максимальная оценка – 100 баллов.

Примеры вопросов зачета

1. Общая характеристика и химические свойства щелочных металлов.
2. Особенности соединений лития по сравнению с соединениями других щелочных металлов.
3. Гидриды, оксиды, пероксиды, гидроксиды щелочных металлов: химическая связь в соединениях, получение и свойства.
4. Получение натрия, гидроксида натрия и карбоната натрия в промышленности.
5. Взаимодействие с растворами щелочей: а) амфотерных металлов; б) неметаллов; в) кислотных оксидов; г) амфотерных оксидов.
6. Общая характеристика солей магния и щелочно-земельных металлов, их растворимость и гидролиз.
7. Получение оксида, гидроксида кальция и хлорной извести в промышленности.

8. Общая характеристика и химические свойства алюминия.
9. Получение алюминия, его оксида и гидроксида в промышленности.
10. Оксид, гидроксид и соли алюминия: их получение и свойства.
11. Общая характеристика и химические свойства углерода.
12. Оксиды углерода (II, IV): получение в промышленности и в лаборатории, кислотно-основные и окислительно-восстановительные свойства. Карбонилы металлов.
13. Общая характеристика и химические свойства кремния.
14. Получение кремния, силиката натрия и стекла в промышленности.
15. Кварц, кремниевые кислоты, силикаты: получение и свойства.
16. Общая характеристика и химические свойства азота.
17. Оксиды азота: получение, строение молекул, окислительно-восстановительные свойства.
18. Аммиак: получение, химическая связь и строение молекул, кислотно-основные и окислительно-восстановительные свойства.
19. Реакции термического разложения солей аммония: нитриты, нитрата, бихромата, сульфата, хлорида.
20. Взаимодействие металлов и неметаллов с азотной кислотой.
21. Реакции термического разложения нитратов различных металлов.
22. Общая характеристика и химические свойства фосфора его получение в промышленности.
23. Оксиды фосфора: получение, строение молекул и свойства.
24. Получение фосфорной кислоты в промышленности.
25. Общая характеристика и химические свойства мышьяка, сурьмы и висмута.
26. Получение кислорода и пероксида водорода в промышленности и в лаборатории.
27. Общая характеристика и химические свойства серы, селена и теллура.
28. Получение и свойства сероводорода. Растворимость и гидролиз сульфидов. Отношение сульфидов к кислотам.
29. Получение серной кислоты и сероводорода в промышленности.
30. Взаимодействие металлов и неметаллов с серной кислотой.
31. Получение водорода в промышленности.
32. Общая характеристика и химические свойства галогенов.
33. Водородные соединения галогенов: получение и свойства.
34. Химические свойства меди и её соединений.
35. Химические свойства цинка и его соединений.
36. Общая характеристика и химические свойства хрома и его соединений.
37. Соединения хрома (II и III): получение и свойства.
38. Реакции хромата (дихромата) калия с восстановителями в кислой, нейтральной и щелочной средах.
39. Общая характеристика и химические свойства марганца, технеция и рения.
40. Соединения марганца (II): получение и свойства. Диоксид марганца, манганаты и перманганаты. Марганцовая кислота и ее ангидрид.
41. Реакции перманганата калия с восстановителями в кислой, нейтральной и щелочной средах.
42. Общая характеристика и химические свойства железа, кобальта и никеля.
43. Получение и свойства гидроксидов и солей железа (II и III). Качественные реакции на ионы железа.
44. Получение железа, хрома и марганца в промышленности.
45. Пирометаллургические способы получения металлов (медь, цинк) из сульфидных руд.
46. Окислительное действие нитрата калия и хлората калия при нагревании (сплавлении).
47. Реакции термического разложения некоторых кислых солей (NaHCO_3 , NaH_2PO_4 , Na_2HPO_4 , NaHSO_4).
48. Номенклатура органических соединений. Механизм реакции. Стереоизомерия, ее виды и обозначения.
49. Формулы Льюиса. Формальный заряд. Эффекты заместителей. Промежуточные соединения и частицы органических реакциях.
50. Алифатические соединения. Алканы, циклоалканы, алкены, алкины, диены: изомерия, номенклатура, физические и химические свойства, способы получения. Механизмы реакций.
51. Ароматические соединения. Теории ароматичности. Соединения бензольного ряда. Влияние заместителей в бензольном кольце на направление реакций электрофильного замещения.
52. Спирты. Фенолы. Простые эфиры: номенклатура, физические и химические свойства, способы получения.
53. Альдегиды, кетоны: номенклатура, физические и химические свойства, способы получения.
54. Карбоновые кислоты и их производные: изомерия, номенклатура, физические и химические свойства, способы получения.
55. Азотсодержащие соединения. Нитросоединения. Амины: изомерия, номенклатура, физические и химические свойства, способы получения.
56. Жиры как сложные эфиры глицерина и высших жирных кислот. Физические, химические свойства.
57. Углеводы. Классификация и номенклатура. Физические и химические свойства моносахаридов. Дисахариды. Строение и свойства. Полисахариды.

*«Утверждаю»
Зав.кафедрой общей и
неорганической химии*

Н.В. Свириденкова
« » _____ 2022 г.

Министерство образования и науки РФ
**Российский химико-технологический
университет
имени Д.И. Менделеева**
Кафедра общей и неорганической химии
38.03.02 Менеджмент
Дисциплина «Химия» (2 семестр)

Билет №1

1. Физические и химические свойства алюминия.
2. Получение натрия; получение соды методом Сольве.
3. Физические и химические свойства серы.
4. Химические свойства алканов. Механизм реакции радикального замещения.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература.

А) Основная литература:

1. Карапетьянц М.Х., Дракин С.И. Общая и неорганическая химия. М.: Химия, 2004. 592с.
2. Практикум по неорганической химии / Под ред. А.Ф. Воробьева и С.И. Дракина. М.: ТИД «Альянс», 2004. 249 с.
3. Власенко К.К., Дупал А.Я., Соловьев С.Н. Домашние задания по общей и неорганической химии. Часть 1. РХТУ им.Д.И.Менделеева. 2015. 186 с.
4. Власенко К.К., Дупал А.Я., Соловьев С.Н. Домашние задания по общей и неорганической химии. Часть 2. РХТУ им.Д.И.Менделеева. 2015. 150 с.
5. Травень В.Ф. Органическая химия. М.; Бином. Лаборатория знаний, 2013. Т. I. 368 с.
6. Травень В.Ф. Органическая химия. М.; Бином. Лаборатория знаний, 2013. Т. II. 517 с.
7. Травень В.Ф. Органическая химия. М.; Бином. Лаборатория знаний, 2013. Т. III. 388 с.

Б) Дополнительная литература:

1. Соловьев С.Н. Начала химии. Элементы строения вещества (конспект лекций, задачи, упражнения). М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2004. 108 с.
2. Соловьев С.Н. Начала химии. Теоретические основы химии (конспект лекций, задачи, упражнения). М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2004. 148 с.
3. Соловьев С.Н. Начала химии. Химия элементов и их соединений. Часть 1. Конспект лекций, задачи и упражнения. 2011. РХТУ им. Д.И. Менделеева. 149 с.

4. Соловьев С.Н. Начала химии. Химия элементов и их соединений. Часть 2. Конспект лекций, задачи и упражнения. 2011. РХТУ им. Д.И. Менделеева. 149 с.
5. Задания для программированного контроля по неорганической химии / Под ред. А.Ф. Воробьева; М.:МХТИ им. Д.И. Менделеева, 1987.-48 с.
6. Буянов В.Н., Манакова И.В., Таршиц Д.Л. Органическая химия: задания для подготовки к контрольным работам: Учебное пособие / М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2009. - 299 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Полнотекстовые информационные ресурсы:

Издательство ELSEVIER на платформе ScienceDirect.

Доступ к коллекциям «CHEMISTRY» и «CHEMICALENGINEERING» (152 журнала) с 2002 г. Доступ по IP-адресам РХТУ. Адрес для работы: <http://www.sciencedirect.com>.

Издательство American Chemical Society (ACS)

Издает самые цитируемые химические журналы, по данным **ISI Journal Scitation Reports**. Журналы по основным разделам химии и смежным областям знаний. Доступ по IP-адресам РХТУ. Адрес для работы: <http://pubs.acs.org>.

Издательство Taylor & Francis

Более 1300 журналов по всем областям знаний, в том числе по естественным наукам. Охват с 1997 года по настоящее время. Доступ по IP-адресам РХТУ. Адрес для работы: <http://www.informaworld.com>.

Международная издательская компания **Nature Publishing Group (NPG)** Доступ к журналам: «Nature» - с 1997 г., "Nature Chemistry" - с 2010 г. Доступ по IP-адресам РХТУ. Адрес для работы: <http://www.nature.com>.

Издательство Wiley-Blackwell

Предоставляет доступ к более чем 1300 журналам. Ресурс охватывает широкий спектр тематических направлений по всем областям знаний, в том числе известные журналы по химии. Глубина архива (в основном) с 1996 года. Доступ по IP-адресам РХТУ. Адрес для работы: <http://www3.interscience.wiley.com>.

Издательство SPRINGER

Доступ к электронным архивам журналов и электронным книгам. Журналы по всем областям знаний. Адрес для работы: <http://www.springerlink.com>. Доступ по IP-адресам РХТУ.

Журнал SCIENCE

Один из ведущих мультидисциплинарных научных журналов, публикуется Американской ассоциацией по развитию науки (AAAS), содержит обзоры новейших разработок в естественных и прикладных науках, освещает новости научного мира и комментирует их.

Охват — с 1997 г. по настоящее время.

Доступ по IP-адресам РХТУ.

Адрес для работы: <http://www.science.com>

The Royal Society of Chemistry

Полные тексты статей журналов Королевского химического общества (Великобритания) и базы данных. Доступ по IP-адресам РХТУ. Адрес: <http://www.rsc.org/Publishing/Journals/Index.asp>

Российская научная электронная библиотека (<http://www.elibrary.ru>)

Электронные версии журналов российских и зарубежных научных издательств. Доступ по IP-адресам РХТУ.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины.

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- видеолекции проф. Соловьёва С.Н., проф. Кузнецова В.В.;
- компьютерные презентации лекций;
- электронный лабораторный журнал;
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины;
- банк тестовых заданий для самоконтроля освоения дисциплины;
- банк тестовых заданий для итогового контроля освоения дисциплины;
- YouTube-канал кафедры общей и неорганической химии – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCBCWlQ4yXL5PFScSIHS-fQg> (дата обращения: 15.04.2022).

Средства обеспечения освоения дисциплины доступны на учебном портале moodle.muctr.ru.

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 01.01.2022 составляет 1716243 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.

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине «Химия» проводятся в форме лекций, практических занятий, лабораторных работ и самостоятельной работы студента.

13.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе

Лекционная учебная аудитория, оборудованная средствами демонстрации и учебной мебелью.

Оборудованная лаборатория: аквадистилляторы ДЭ-10 ЭМО; аквадистиллятор АЭ-25 ООО «Ливам ПФ», рН-метры с автоматической и ручной компенсацией температуры ИПЛ 301, рН-метр-милливольтметр рН-420; стандарт-титр рН метрия общая ООО «ХИМТИТРЫ», лабораторные электронные весы: весы Citizen Scale CY-223, весы Citizen Scale CY-124С, весы электронные аналитические МВ-210А, весы аналитические AND HR-100AG, весы OHAUS V11P15, весы Citizen Scale CY-1202, весы лабораторные ВЛТЭ-510С, весы порционные AND НТ-500 (500г, 0,1г, внешняя калибровка), весы Citizen Scale CY-224; колбонагреватель КН-500 Stegler, мешалка магнитная STEGLER HS с подогревом, спектрофотометр однолучевого СФ-104 с разделением светового потока сканирующий, спектрофотометр однолучевой СФ-102 с разделением светового потока ионометр И-510, шкафы сушильные ШС-40-ПЗ; шкаф сушильный (тип 2) ШС-40-02 СПУ мод. 2204, шкаф сушильный (тип 1) ШС-20-02 СПУ мод. 2202, шкаф сушильный (тип 3) ШС-80-02 СПУ мод. 2208 жидкостной циркуляционный термостат ВТ10-1 (+20...+100 °С), термостат жидкостной LOIP LT 124a; ВТ3-1 (+20...+100 °С); ВТ5-1 (+20...+100 °С) жидкостной циркуляционный термостат, 5 л.; электрическая плита IRIT IR-8004 IRIT; столик подъемный лабораторный металлический (тип 1) НВ-150 Stegler, сушилка для пробирок (тип 1) 0362А (полипропилен) Stegler, сушилка для пробирок (тип 2) 0362В (полипропилен) Stegler.

Библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия

Периодическая система химических элементов Д.И. Менделеева, комплект наглядных материалов.

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

Персональные компьютеры, ноутбук, принтер и программные средства; 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 лекционного курса.

Электронные образовательные ресурсы: учебно-методические разработки и справочные материалы доступны на учебном портале moodle.muctr.ru.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1.	Microsoft Office Standard 2013	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	нет ограничений	бессрочно
2.	Неисключительная лицензия на использование WINHOME 10 Russian OLV NL Each AcademicEdition	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	нет ограничений	бессрочно
3.	Неисключительная лицензия на использование O365ProPlusOpenFclty ShrdSvr ALNG SubsVL OLV E 1Mth Acdmc AP AddOn toOPP	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	657 лицензий для профессорско-преподавательского состава ВУЗа. Соглашение Microsoft OVS-ES № V6775907	12 месяцев (ежегодно) е продление подписки с правом перехода

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
	Приложения в составе подписки: Outlook OneDrive Word Excel PowerPoint Microsoft Teams			на обновлённую версию продукта)
4.	Неисключительная лицензия на использование O365ProPlusOpenStudents ShrdSvr ALNG SubsVL OLV NL 1Mth Acdmc Stdnt STUUseBnft Приложения в составе подписки: Outlook OneDrive Word Excel PowerPoint Microsoft Teams	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	26280 лицензий для студентов ВУЗа. Соглашение Microsoft OVS-ES № V6775907	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
5.	Неисключительная лицензия на использование Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	1600 лицензий для активации на рабочих станциях и серверах	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
	1 year Educational License			обновлённую версию продукта)
6.	Неисключительная лицензия на использование Kaspersky Security для виртуальных и облачных сред, Server Russian Edition. 20-24 VirtualServer 1 year Educational License	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	20 лицензий для виртуальных и облачных сред	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
7.	Неисключительная лицензия на использование Kaspersky Security для почтовых серверов Russian Edition. 1500-2499 MailAddress 1 year Educational License	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	2000 лицензий для почтовых серверов	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
-----------------------	----------------------------	----------------------------------

<p>Раздел 1. Теоретические основы химии</p>	<p>знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – электронное строение атомов и молекул; – основы теории химической связи в соединениях разных типов, строение вещества в конденсированном состоянии; – основные закономерности протекания химических процессов и характеристики равновесного состояния; – методы описания химических равновесий в растворах электролитов, – строение и свойства координационных соединений; <p>умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнять основные химические операции, определять термодинамические характеристики химических реакций и равновесные концентрации веществ; – использовать основные химические законы, термодинамические справочные данные для решения профессиональных задач; – прогнозировать влияние различных факторов на равновесие в химических реакциях; <p>владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретическими методами описания свойств простых и сложных веществ на основе электронного строения их атомов и положения в периодической системе химических элементов; – основами номенклатуры и классификации неорганических и органических соединений; - основными навыками работы в химической лаборатории 	<p>Оценка за индивидуальное домашнее задание (1 семестр)</p> <p>Оценка за лабораторные работы (1 семестр)</p> <p>Оценка за контрольные работы 1 и 2 (1 семестр)</p> <p>Оценка на зачете (1 семестр)</p>
<p>Раздел 2.</p>	<p>знает:</p>	<p>Оценка за индивидуальное</p>

<p>Химия элементов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – электронное строение атомов и молекул; – основы теории химической связи в соединениях разных типов, строение вещества в конденсированном состоянии; – основные закономерности протекания химических процессов и характеристики равновесного состояния; – методы описания химических равновесий в растворах электролитов, – строение и свойства координационных соединений; – химические свойства некоторых металлов и неметаллов и их важнейших соединений; <p>умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнять основные химические операции, определять термодинамические характеристики химических реакций и равновесные концентрации веществ; – использовать основные химические законы, термодинамические справочные данные для решения профессиональных задач; – прогнозировать влияние различных факторов на равновесие в химических реакциях; – составлять схемы синтеза неорганических и органических соединений, заданного строения; <p>владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основами номенклатуры и классификации неорганических и органических соединений; – теоретическими методами описания свойств простых и сложных веществ на основе электронного строения их атомов и 	<p>домашнее задание (2 семестр) Оценка за контрольную работу (2 семестр) Оценка на зачете (2 семестр)</p>
----------------------------	---	---

	положения в периодической системе химических элементов	
Раздел 3. Органическая химия	<p>знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способы получения и химические свойства основных классов органических соединений; – основные механизмы протекания органических реакций; <p>умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать и предсказывать реакционные свойства органических соединений; – составлять схемы синтеза неорганических и органических соединений, заданного строения; <p>владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основами номенклатуры и классификации неорганических и органических соединений; – основными теоретическими представлениями в органической химии 	<p>Оценка за индивидуальное домашнее задание (2 семестр)</p> <p>Оценка за контрольную работу (2 семестр)</p> <p>Оценка на зачете (2 семестр)</p>

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 – программ бакалавриата, программ специалитета, программ 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).

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

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Концепции современного естествознания»**

Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Форма обучения очная, очно-заочная

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Я.П. Молчановой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
менеджмента и маркетинга

(Наименование кафедры)

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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. 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	У.К. 1.1. Знает методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности
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. Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном языках
		УК-4.5. Владеет навыками речевой деятельности применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации, основами публичной речи
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.4. Умеет грамотно вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по значимым философским проблемам современной жизни, опираясь на наработанный в истории философии материал
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в	УК-8.1. Знает основные техносферные опасности, их свойства и характеристики

	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	
--	---	--

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	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	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	4	-	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	16	-	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
	Развитие представлений о материи, движении, взаимодействии	6	2	-	-	4
	Порядок и беспорядок в природе.	6	2	-	-	4
	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
	Системный подход в биологии. Особенности биологического уровня организации материи. Биологическая систематика.	4	2	-	-	2
	Термодинамические процессы в живой материи. Фотосинтез и дыхание. Принципы воспроизводства живых систем. Саморегуляция и самоорганизация в экосистемах.	6	-	2	-	4
	Современная биотехнология и сферы ее применения.	6	-	2	-	4
	Возникновение жизни на Земле.	10	4	2	-	4
	Эволюционная биология.	6	2	-	-	4
3.	Раздел 3. Биосфера и человек	38	8	12	-	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	12	-	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.	<i>24</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	<i>-</i>	<i>18</i>
2.	Раздел 2. Панорама современного естествознания	<i>60</i>	<i>6</i>	<i>10</i>	<i>-</i>	<i>44</i>
3.	Раздел 3. Биосфера и человек	<i>42</i>	<i>6</i>	<i>4</i>	<i>-</i>	<i>32</i>
	Подготовка к тестированию и зачету	<i>18</i>				<i>18</i>
	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	– У.К. 1.1. Знает методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности		+	+	+
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. Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном языках		+	+	+
23		– УК-4.5. Владеет навыками речевой деятельности применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации, основами публичной речи		+	+	+

23	– УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	– УК-5.4. Умеет грамотно вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по значимым философским проблемам современной жизни, опираясь на наработанный в истории философии материал	+		+
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 основные техносферные опасности, их свойства и характеристики			+

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	3
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	2.4.2.	Обсуждение протекания термодинамических процессов в живой материи, реакций, лежащих в основе фотосинтеза и дыхания, принципов воспроизводства живых систем, саморегуляции и самоорганизации в экосистемах.	2
5	2.4.3.	Сообщения студентов по теме «Современная биотехнология и сферы ее применения» и их обсуждения	4
6	2.4.4	Возникновение и эволюция жизни на Земле. Просмотр и обсуждение научно-популярных фильмов.	4
7	2.4.5	Сообщения студентов по теме «Белые пятна в теории эволюции» и их обсуждения	4
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	10

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	2
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.	2

		Просмотр и обсуждение научно-популярных фильмов.	
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.	3
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. Биогеографические 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 – М.: Изд-во «Юрайт», 2022. – 153 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470465>.
2. Лебедев С. А. и др. Концепции современного естествознания: учебник для академического бакалавриата. Гриф УМО ВО. М.: Изд-во Юрайт, 2022. 374 с. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт] – URL: <https://urait.ru/bcode/468518>.
3. Бордовский Г. А. Физические основы естествознания: учебное пособие для академического бакалавриата. Гриф УМО ВО. М.: Изд-во Юрайт, 2022. 226 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/473140>

Б. Дополнительная литература

1. Гусейханов М. К. Концепции современного естествознания: учебник и практикум для академического бакалавриата. Гриф УМО ВО. – М.: Изд-во Юрайт, 2022. – 442 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468548>
2. Отюцкий Г. П. Концепции современного естествознания: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. Гриф УМО ВО. – М.: Изд-во Юрайт, 2022. – 380 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469405>
3. Свиридов В. В. Концепции современного естествознания: учебное пособие для вузов. – М.: Изд-во Юрайт, 2022. – 310 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472422>
4. Валянский С. И. Концепции современного естествознания: учебник и практикум для академического бакалавриата. Гриф УМО ВО. – М.: Изд-во Юрайт, 2022. 367 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469223>

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 01.01.2022 составляет 1716243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: - Word - Excel - Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 12.05.2020 № 19-17ЭА/2020	не ограничено, лимит проверок 6000	19.05.2022

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 научные картины мира, <i>Умеет:</i> - четко выражать соответствующей - естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения.	Подготовлен, представлен и обсужден доклад Оценка презентации Работа на семинарских занятиях, контроль ответов по фильмам
Раздел 2. Панорама современного естествознания	<i>Знает:</i> - основные направления современная биотехнологии и сферы ее применения; - основные положения современной теории эволюции. <i>Умеет:</i> - четко выражать соответствующей естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения;	Подготовлен, представлен и обсужден доклад Оценка презентации Работа на семинарских занятиях, контроль ответов по фильмам
Раздел 3. Биосфера и человек	<i>Знает:</i> - основные современные экологические проблемы и принципы устойчивого развития. <i>Умеет:</i> - четко выражать соответствующей естественнонаучной терминологией свои идеи, мысли, убеждения; - базироваться на принципах естественнонаучного подхода в процессе формирования мировоззренческих взглядов в аспекте взаимоотношений человека с окружающей средой и проблем экологической безопасности;	Работа на семинарских занятиях, контроль ответов по фильмам

	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	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 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
к рабочей программе дисциплины **«Концепции современного
естествознания»**
основной образовательной программы
38.03.02 «Менеджмент»
профиль **«Маркетинг»**
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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

« _____ » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Математика»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«25» мая 2022 г.

Председатель _____ Н.А.
Макаров

Москва 2022 г.

Программа составлена заведующим кафедрой высшей математики, к.т.н. Е.Г.Рудаковской, доцентом кафедры высшей математики, к.п.н. М.А.Меладзе., доцентом кафедры высшей математики, к.т.н. В.В.Осипчик

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры высшей математики РХТУ им. Д.И. Менделеева «30» апреля 2022 г., протокол № 7

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**, рекомендациями методической комиссии и накопленного опыта преподавания дисциплины кафедрой высшей математики РХТУ им. Д.И.Менделеева. Программа рассчитана на изучение курса в течение двух семестрах.

Дисциплина «**Математика**» относится к базовой части блока дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ элементарной математики, изучаемой в школьном курсе.

Цель дисциплины - формирование у студентов системы основных понятий, используемых для построения важнейших математических моделей, и математических методов для описания различных химико-технологических процессов.

Задачи дисциплины - создание фундаментальной математической базы, а также развитие навыков математического мышления и использование их для решения практических задач.

Дисциплина «**Математика**» преподается в 1-2 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 направлено на приобретения следующих **универсальных компетенций и индикаторов 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 методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности. УК-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки

Общепрофессиональных компетенций и индикаторов 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-5.3. Владеет навыками обработки информации и статистического анализа данных.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

знать:

- основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений;
- математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей;
- основы применения математических моделей и методов.

уметь:

- выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи;
- использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов;
- выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов;
- применять математические знания на междисциплинарном уровне.

владеть:

- основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Семестр					
	Всего		1		2	
	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	7	252	3	108	4	144
Контактная работа – аудиторные занятия:	4,44	160	2,66	96	1,78	64
Лекции	2,22	80	1,33	48	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	2,22	80	1,33	48	0,89	32
Самостоятельная работа	1,56	56	0,34	12	1,22	44
Контактная самостоятельная работа	1,56	0,2	0,34	0,2	1,22	0
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		55,8		11,8		44
Вид контроля – Зачет						

Вид 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:			Зачет		Экзамен	

Вид учебной работы	Всего		1		2	
	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.
	Общая трудоемкость дисциплины	7	189	3	81	4
Контактная работа – аудиторные занятия:	4,44	120	2,66	72	1,78	48
Лекции	2,22	60	1,33	36	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	2,22	60	1,33	36	0,89	24
Самостоятельная работа	1,56	42	0,34	9	1,22	33
Контактная самостоятельная работа	1,56	0,15	0,34	0,15	1,22	0
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		41,85		8,85		33
Вид контроля – Зачет						
Вид 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:			Зачет		Экзамен	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Разделы дисциплины	Часов			
		Всего	Лекции	Практические занятия	Самостоятельная работа
1 СЕМЕСТР					
	Раздел 1. Введение. Элементы алгебры	24	10	12	2
1.1	Числовые множества, комплексные числа. Элементы векторной алгебры. Аналитическая геометрия на плоскости.	12	5	6	1

1.2	Матрицы. Решение систем линейных алгебраических уравнений. Собственные числа и векторы матрицы.	12	5	6	1
	Раздел 2. Функция одной переменной. Предел функции. Непрерывность функции.	12	6	4	2
2.1	Элементарные функции. Предел функции в точке и на бесконечности.	4	2	1	1
2.2	Бесконечно малые и бесконечно большие функции. Основные теоремы о пределах.	4	2	2	0
2.3	Непрерывность функции в точке и на промежутке.	4	2	1	1
	Раздел 3. Дифференциальное исчисление функции одной переменной.	24	12	10	2
3.1	Производная функции. Уравнения касательной и нормали.	6	3	2	1
3.2	Дифференциал функции. Производная сложной функции.	6	3	3	0
3.3	Основные теоремы дифференциального исчисления. Производные высших порядков.	6	3	2	1
3.4	Монотонность функции. Экстремум функции. Выпуклость, вогнутость и точки перегиба графика функции. Общая схема исследования функций и построение их графиков.	6	3	3	0
	Раздел 4. Интегральное исчисление функции одной переменной.	24	10	12	2
4.1	Первообразная функции. Неопределенный интеграл и его свойства.	8	4	4	0
4.2	Методы интегрирования.	8	3	4	1

4.3	Определенный интеграл, его геометрический смысл. Приложения определенного интеграла.	8	3	4	1
	Раздел 5. Дифференциальное исчисление функций нескольких переменных.	24	10	10	4
5.1	Функции двух и более переменных. Предел функции в точке. Частные производные. Дифференцируемость функции.	8	3	4	1
5.2	Дифференциал функции двух переменных, его инвариантность. Дифференцирование функции, заданной неявно.	8	3	3	2
5.3	Производная по направлению. Градиент и его свойства. Экстремумы функции двух переменных.	8	4	3	1
	ИТОГО	108	48	48	12

2 СЕМЕСТР					
	Раздел 6. Дифференциальные уравнения первого порядка.	28	8	8	12
6.1	Дифференциальные уравнения. Задача Коши. Дифференциальные уравнения (ДУ) с разделяющимися переменными.	8	2	3	3
6.2	Однородные уравнения I-го порядка. Линейные уравнения I-го порядка. Уравнения Бернулли.	10	4	2	4
6.3	Дифференциальные уравнения в полных дифференциалах. Интегрирующий множитель.	10	2	3	5
	Раздел 7. Дифференциальные уравнения второго порядка.	28	8	8	12
7.1	Дифференциальные уравнения второго порядка, допускающие	7	2	2	3

	понижение порядка. Линейные однородные и неоднородные дифференциальные уравнения второго порядка (ЛОДУ и ЛНДУ).				
7.2	Линейная независимость функций. Определитель Вронского и его свойства. Фундаментальная система ЛОДУ второго порядка.	7	2	2	3
7.3	ЛОДУ второго порядка с постоянными коэффициентами. ЛНДУ второго порядка с постоянными коэффициентами.	7	2	2	3
7.4	Линейные дифференциальные уравнения n -го порядка. Алгоритм построения общего решения.	7	2	2	3
	Раздел 8. Системы дифференциальных уравнений.	24	8	8	8
8.1	Системы линейных дифференциальных уравнений первого порядка, решение методом исключения.	8	2	3	3
8.2	Системы ЛДУ первого порядка. Метод вариации произвольных постоянных, метод Эйлера. Создание математических моделей.	8	2	2	4
8.3	Системы линейных неоднородных дифференциальных уравнений с постоянными коэффициентами.	8	4	3	1
	Раздел 9. Числовые и функциональные ряды.	28	8	8	12
9.1	Числовые ряды. Ряды Дирихле. Знакопередающийся ряд, признак Лейбница.	7	2	2	3
9.2	Функциональные ряды. Степенные ряды, теорема Абеля. Свойства степенных рядов.	7	2	2	3
9.3	Ряды Тейлора и Маклорена. Алгоритм разложения функции в ряд Маклорена.	7	2	2	3

9.4	Разложение функций в ряд Тейлора с помощью основных разложений. Применение степенных рядов.	7	2	2	3
	Всего	108	32	32	44
	Экзамен	36			
	ИТОГО	144	32	32	44

4.2. Содержание разделов дисциплины

1 СЕМЕСТР

Раздел 1. Элементы алгебры.

Числовые множества, комплексные числа. Определители II и III порядков. Векторы: основные понятия, скалярное, векторное и смешанное произведения векторов. Аналитическая геометрия: прямая на плоскости, кривые II порядка. Матрицы: действия над матрицами, приведение к ступенчатому виду и виду Гаусса. Ранг матрицы. Обратная матрица. Теорема Кронекера-Капелли. Решение систем линейных алгебраических уравнений. Собственные числа и векторы. Квадратичные формы.

Раздел 2. Функция одной переменной. Предел функции. Непрерывность функции.

Функция. Способы задания функции. Предел функции в точке. Односторонние пределы. Пределы на бесконечности. Бесконечно малые и бесконечно большие функции, их свойства и взаимная связь. Свойства пределов. Первый и второй замечательные пределы. Непрерывность функции в точке и на промежутке. Свойства функций, непрерывных на отрезках. Точки разрыва функции и их классификация.

Раздел 3. Дифференциальное исчисление функции одной переменной.

Производная функции, ее геометрический и механический смысл. Правила дифференцирования. Таблица основных производных. Дифференциал функции, его применения к приближенным вычислениям. Производная сложной функции. Дифференцируемость функции: определение, теоремы о связи дифференцируемости с непрерывностью и с существованием производной. Основные теоремы дифференциального исчисления. Необходимые и достаточные условия экстремума. Правило исследования функции на монотонность и экстремум. Признаки выпуклости и вогнутости функции. Асимптоты функции, их виды и способы нахождения. Общая схема исследования функций, построение их графиков.

Раздел 4. Интегральное исчисление функции одной переменной.

Первообразная функция. Неопределенный интеграл и его свойства. Таблица основных интегралов. Методы интегрирования: непосредственное интегрирование, интегрирование подстановкой, интегрирование по частям. Интегрирование рациональных дробей. Интегрирование некоторых иррациональных и тригонометрических функций. Определенный интеграл, его геометрический смысл. Свойства определенного интеграла. Формула Ньютона-Лейбница. Приложения определенного интеграла к вычислению площадей плоских фигур. Понятие несобственных интегралов: определения, свойства, методы вычисления.

Раздел 5. Дифференциальное исчисление функции нескольких переменных.

Функции двух и более переменных: определение, область определения, область изменения, геометрическая интерпретация, линии уровня. Предел функции в точке. Частные производные (на примере функции двух переменных). Дифференцируемость функции нескольких переменных. Производная сложной функции. Полный дифференциал. Дифференцирование функции одной и двух переменных, заданной неявно. Локальные экстремумы функции двух переменных: необходимое и достаточное условия экстремума. Условный экстремум (метод множителей Лагранжа). Производная по направлению. Градиент и его свойства.

2 СЕМЕСТР

Раздел 6. Дифференциальные уравнения первого порядка.

Дифференциальные уравнения: порядок, решение, теорема существования и единственности решения. Задача Коши. Уравнения с разделяющимися переменными. Однородные дифференциальные уравнения. Линейные дифференциальные уравнения первого порядка. Уравнения в полных дифференциалах. Интегрирующий множитель.

Раздел 7. Дифференциальные уравнения второго и n -го порядка.

Дифференциальные уравнения второго порядка, допускающие понижение порядка. Линейные дифференциальные уравнения второго порядка. Свойства решений. Линейная независимость функций. Определитель Вронского. Структура общего решения линейного дифференциального уравнения второго порядка. Фундаментальная система решений. Линейные однородные дифференциальные уравнения второго порядка с постоянными коэффициентами: построение общего решения. Метод Эйлера. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения второго порядка с постоянными коэффициентами. Общее и частное решения неоднородных уравнений. Линейные дифференциальные уравнения n -го порядка: свойства решений, теоремы о структуре общего решения, метод вариации постоянных. Линейные дифференциальные уравнения n -го порядка с постоянными коэффициентами. Алгоритм построения общего решения.

Раздел 8. Системы дифференциальных уравнений.

Системы дифференциальных уравнений первого порядка: общие понятия, теорема существования и единственности общего решения. Системы линейных дифференциальных уравнений первого порядка: интегрирование методом исключения. Системы линейных дифференциальных уравнений первого порядка: свойства решений, теоремы о структуре общего решения, метод вариации постоянных. Системы линейных однородных и неоднородных дифференциальных уравнений с постоянными коэффициентами. Элементы теории устойчивости. Методы численного решения дифференциальных уравнений.

Раздел 9. Числовые и функциональные ряды.

Числовые ряды: основные понятия, свойства сходящихся рядов, необходимый признак сходимости. Гармонический ряд. Ряды Дирихле. Признаки сравнения рядов с положительными членами. Признак Даламбера. Интегральный и радикальный признаки Коши. Знакопередающиеся ряды: признак Лейбница. Знакопеременные ряды: понятия абсолютной и условной сходимости, признак абсолютной сходимости, свойства абсолютно и условно сходящихся рядов.

Функциональные ряды: основные понятия, область сходимости. Степенные ряды: радиус, интервал, область сходимости. Свойства степенных рядов. Ряды Тейлора и Маклорена: свойства, условие сходимости ряда к исходной функции, основные разложения. Разложение функции в ряд Маклорена с помощью основных разложений. Главное значение функции. Эквивалентные функции. Применение рядов Тейлора и Маклорена для вычисления пределов.

Заключение.

Использование математических методов в практической деятельности.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины студент должен		Разделы								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
Знать:										
- основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений;		+	+	+	+	+	+	+	+	+
- математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей;		+	+	+	+	+	+	+	+	+
- основы применения математических моделей и методов.		+	+	+	+	+	+	+	+	+
Уметь:										
- выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи;		+	+	+	+	+	+	+	+	+
- использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов;		+	+	+	+	+	+	+	+	+
- выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов;		+	+	+	+	+	+	+	+	+
- применять математические знания на междисциплинарном уровне.		+	+	+	+	+	+	+	+	+
Владеть:										
- основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.		+	+	+	+	+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие универсальные компетенции и индикаторы достижений										
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 методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности.	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	УК-1.2. Умеет анализировать	+	+	+	+	+	+	+	+	+

	задачу, выделяя ее базовые составляющие									
	УК-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки	+	+	+	+	+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие общепрофессиональные компетенции и индикаторы достижений:										
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-5.3. Владеет навыками обработки информации и статистического анализа данных.	+	+	+	+	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ модуля дисциплины	Темы практических (семинарских) занятий	Часы
1 семестр			

1.	1.1	Практическое занятие 1. Комплексные числа. Определители II и III порядков.	2
2.	1.1.	Практическое занятие 2. Скалярное, векторное и смешанное произведение векторов. Прямая на плоскости, кривые II порядка.	2
3.	1.2.	Практическое занятие 3. Матрицы. Решение систем линейных алгебраических уравнений	2
4.	2.1 2.2	Практическое занятие 4. Вычисления пределов функций с помощью алгебраических преобразований.	2
5.	2.3	Практическое занятие 5. Вычисление пределов с помощью первого и второго замечательных пределов.	2
6.	3.1	Практическое занятие 6. Производная: определение, геометрический смысл. Правила дифференцирования. Таблица производных элементарных функций.	2
7.	3.2	Практическое занятие 7. Производная сложной функции и высшего порядка. Дифференциал функции.	2
8.	3.3	Практическое занятие 8. Вычисления пределов с помощью правила Лопиталя.	2
9.		Контрольная работа № 1	2
10.	3.4	Практическое занятие 9. Нахождения асимптот функции. Исследование функции на монотонность и экстремумы. Исследование функции на выпуклость, вогнутость, точки перегиба.	2
11.	3.4	Практическое занятие 10. Полное исследование функции и построение её графика.	2
12.	4.1	Практическое занятие 11. Таблица основных интегралов. Непосредственное (табличное) интегрирование.	2
13.	4.1	Практическое занятие 12. Интегрирование методом введения под знак дифференциала, методом разложения.	2
14.	4.2	Практическое занятие 13. Интегрирование заменой и по частям.	2
15.	4.2	Практическое занятие 14. Интегрирование рациональных дробей.	2

16.	4.2	Практическое занятие 15. Интегрирование некоторых иррациональностей и тригонометрических функций.	2
17.	4.3	Практическое занятие 16. Определенный интеграл.	2
18.		Контрольная работа № 2	2
19.	5.1	Практическое занятие 17. Частные производные функции 2-х и 3-х переменных. Полный дифференциал функции 2-х переменных.	2
20.	5.2	Практическое занятие 18. Производные сложной функции. Полная производная.	2
21.	5.2	Практическое занятие 19. Дифференцирование функции, заданной неявно.	2
22.	5.2	Практическое занятие 20. Частные производные и дифференциалы высших порядков.	2
23.	5.3	Практическое занятие 21. Производная по направлению и градиент.	2
24.		Контрольная работа № 3	2
ИТО Г	48 часов		

2 семестр			
1.		Практическое занятие 1. Повтор материала 1 семестра	2
2.	6.1 6.2	Практическое занятие 2. Решение однородных дифференциальных уравнений I-го порядка. Решение линейных дифференциальных уравнений Бернулли.	2
3.	6.3	Практическое занятие 3. Уравнения в полных дифференциалах и допускающих интегрирующий множитель вида $\mu(x)$ и $\mu(y)$.	2
4.	6.3	Практическое занятие 4. Решение различных уравнений I-го порядка для подготовки к контрольной работе.	2
6.		Контрольная работа № 1	2
6.	7.1	Практическое занятие 5. Решение дифференциальных уравнений II -го порядка, допускающих понижение порядка.	2
7.	7.2	Практическое занятие 6.	2

		Решение ЛОДУ II -го порядка с постоянными коэффициентами по методу Эйлера. Решение ЛНДУ II -го порядка с правой частью вида $P_n(x) \cdot e^{ax}$.	
8.	7.3	Практическое занятие 7. Решение ЛНДУ II -го порядка с правой частью вида $e^{ax} \cdot (A \cos bx + B \sin bx)$.	2
9.	7.4	Практическое занятие 8. Метод вариации произвольных постоянных для ЛНДУ II -го порядка с постоянными коэффициентами.	2
10.	8.1 8.2	Практическое занятие 9. Решение систем линейных дифференциальных уравнений I-го порядка с постоянными коэффициентами. Метод исключения. Метод Эйлера для однородных линейных систем, далее для неоднородной системы. Метод вариации произвольных постоянных.	2
12.		Контрольная работа № 2	2
12.	9.1	Практическое занятие 10. Числовые ряды: основные понятия, общий член, частичная сумма, понятие сходимости ряда. Необходимый признак сходимости. Интегральный признак Коши.	2
13.	9.2	Практическое занятие 11. Исследование сходимости по признакам сравнения рядов и признаку Даламбера.	2
14.	9.3	Практическое занятие 12. Исследование сходимости знакочередующихся рядов по признаку Лейбница. Абсолютная и условная сходимость рядов.	
15.	9.4	Практическое занятие 13. Степенной ряд, нахождение его области сходимости.	2
16		Контрольная работа № 3	2
ИТО Г	32 часа		

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА.

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

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку к сдаче *экзамена* (2 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 складывается из оценок за выполнение контрольных работ: **3** контрольные работы в **1** семестре (максимальная оценка за первую контрольную работу **40** баллов, максимальная оценка за вторую и за третью контрольные работы по **30** баллов за каждую); **3** контрольные работы во **2** семестре (максимальная оценка за каждую контрольную работу **20** баллов). Максимальная оценка текущей работы в **1** семестре составляет **100** баллов и во **2** семестре составляет **60** баллов.

В соответствии с учебным планом изучение материала разделов завершается контролем его освоения в форме экзамена во **2** семестре (максимальная оценка **40** баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 6 контрольных работ (по одной контрольной работе по каждому разделу). Максимальная оценка за контрольную работу 1 (1 семестр) составляет 40 баллов, за контрольные работы 2-3 (1 семестр) составляет 30 баллов за каждую работу и за контрольные работы 4-6 (2 семестр) составляет 20 баллов за каждую работу.

1 СЕМЕСТР

Раздел 1, 2, 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 8 вопросов по 5 баллов за вопрос.

Вариант 1.

1. Даны $z_1 = -2 + 2i$, $z_2 = -4 + 5i$. Найдите $z_1 \cdot z_2$,

Вычислить пределы:

2. $\lim_{n \rightarrow +\infty} \frac{n^3 + 1}{7n^3 - 4n^2 + 2n}$

3. $\lim_{x \rightarrow 1} \frac{2x^2 - 5x + 3}{\sqrt{x+8} - 3}$

4. $\lim_{x \rightarrow 0} \frac{1 - \cos 6x}{1 - \cos 8x}$

5. $\lim_{x \rightarrow \infty} \left(\frac{x+5}{x+2} \right)^{3x}$

6. Найти $f'(x)$: $f(x) = \ln \frac{x^2 + 1}{3x} - \operatorname{arctg} \sqrt{1-x} + x \cdot 3^{\sin^2 x}$

7. $y = \frac{\sqrt{x} + \operatorname{arcctg} x}{\cos x}$; $dy = ?$

8. Вычислить пределы по правилу Лопиталья: $\lim_{x \rightarrow 2} \frac{\ln(x^2 - 3)}{x^2 - 3x + 2}$

Вариант 2.

1. Даны $z_1 = 1 + i$, $z_2 = -5 + i$. Найдите z_1 .

Вычислить пределы:

2. $\lim_{x \rightarrow 2} \frac{\sqrt{11-x} - \sqrt{7+x}}{3x^2 - 4x - 4}$

3. $\lim_{x \rightarrow 0} \frac{1 - \cos 6x}{x \cdot \sin 2x}$

4. $\lim_{x \rightarrow \infty} \left(\frac{x+10}{x+6} \right)^{5x}$

5. Найти $f'(x)$: $f(x) = \operatorname{tg} 2x \cdot \ln \frac{1}{x} + \frac{\arcsin \sqrt{x}}{x} + 3^{x^2}$

6. Найти $y'(1)$, $y''(1)$ для $y = \frac{\ln x}{x^3}$

Вычислить пределы по правилу Лопиталья:

7. $\lim_{x \rightarrow \pi} \frac{\cos 3x - \cos x}{\operatorname{tg}^2 2x}$

8. $\lim_{x \rightarrow 0} \frac{7^{2x} - 5^{3x}}{2x - \operatorname{arctg} 3x}$

Вариант 3.

1. Даны $z_1 = 1 - i$, $z_2 = 4 - 3i$. Найдите z_1^4 .

Вычислить пределы:

2. $\lim_{x \rightarrow 3} \frac{2x^2 - 3x - 9}{\sqrt{x^2 + 16} - 5}$

3. $\lim_{x \rightarrow 0} \frac{5x^2}{1 - \cos 3x}$

4. $\lim_{x \rightarrow 0} (1 + 3x)^{\frac{8}{x}}$

5. Найти $f'(x)$: $f(x) = \log_2 \frac{\cos x}{x} - 3^{\arcsin \frac{1}{x}} + x \cdot \sin(2x - 3)$

6. $y = \frac{\sqrt{2x} - 3 \operatorname{arctg} 4x}{\ln(3x + 2)}$; $dy - ?$

Вычислить пределы по правилу Лопиталья:

7. $\lim_{x \rightarrow 2} \frac{\operatorname{arctg}(x^2 - 2x)}{\sin(3\pi x)}$

8. $\lim_{x \rightarrow 0} \frac{1 - \cos 10x}{e^{x^2} - 1}$

Вариант 4.

1. Даны $z_1 = 1 + i$, $z_2 = 3 - 4i$. Найдите $\sqrt[6]{z_1}$.

Вычислить пределы:

2. $\lim_{n \rightarrow +\infty} \frac{n^3 - 2n + 7}{3n^3 + n^2 - 1}$

3. $\lim_{x \rightarrow 4} \frac{2x^2 - 7x - 4}{\sqrt{9 - 2x} - \sqrt{5 - x}}$

4. $\lim_{x \rightarrow 0} \frac{\sin^3 2x}{5x^3}$

5. $\lim_{x \rightarrow \infty} \left(\frac{x+1}{x} \right)^{2-5x}$

6. Найти $f'(x)$: $f(x) = x \cdot \ln \left(\operatorname{tg} \frac{x}{2} \right) - 3^{\cos \frac{\pi x}{2}} + \sqrt{\frac{x-1}{x+1}}$

7. Найти $y'(0)$, $y''(0)$ для $y = e^x \cdot \sin 2x$

8. Вычислить пределы по правилу Лопиталья: $\lim_{x \rightarrow 0} \frac{4^x - 2^{7x}}{\operatorname{tg} 3x - x}$

Раздел 4. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 5 вопросов по 6 баллов за вопрос.

Вариант 1.

1. Найти интервалы возрастания, убывания и экстремумы функции

$$y = (2x+1)e^{\frac{-x^2}{3}}.$$

Вычислить интегралы:

2. $\int (3-x)\sin \frac{x}{2} dx;$

3. $\int \frac{e^x}{9-e^{2x}} dx;$

4. $\int \cos^3 3x \cdot \sin^7 3x dx;$

5. $\int \frac{3x^2+x-6}{x^3+2x^2} dx.$

6. $\int_{-1}^7 \frac{5-2x}{\sqrt{x+2}} dx$

Вариант 2.

1. Найти интервалы возрастания, убывания и экстремумы функции

$$y = \frac{x^2 - 6x + 13}{x - 3}.$$

Вычислить интегралы:

2. $\int (3x-4)\cos 6x dx;$

3. $\int \frac{e^x}{\sqrt{4-e^{2x}}} dx;$

4. $\int \cos^3 \frac{x}{2} \cdot \sin^6 \frac{x}{2} dx;$

5. $\int \frac{x^2-3x-7}{(x-2)(x^2+5)} dx.$

6. $\int_{-1}^2 \frac{2x+1}{\sqrt{x+2}} dx$

Вариант 3.

1. Найти промежутки выпуклости, вогнутости и точки перегиба графика

функции $y = \frac{x}{x^2+1}.$

Вычислить интегралы:

2. $\int (8x^3 - 6x^2 + x) \ln x dx;$

3. $\int \frac{\sin x}{\cos^2 x + 4} dx;$

4. $\int \operatorname{ctg}^2 5x dx;$

5. $\int \frac{5x^2 - 2x + 1}{(3x+1)(x^2+1)} dx.$

6. $\int_0^3 \frac{dx}{2+\sqrt{x+1}}.$

Вариант 4.

1. Найти асимптоты графика функции $y = \frac{x^3 - 3x}{x^2 - 1}$.

Вычислить интегралы:

2. $\int (2x+1)e^{4x} dx$;
3. $\int \frac{dx}{x(\ln^2 x + 4)}$;
4. $\int \cos^4 2x \cdot \sin^5 2x dx$;
5. $\int \frac{2x^2 + 3x - 12}{x^3 - 4x^2} dx$.
6. $\int_4^9 \frac{\sqrt{x}}{1 - \sqrt{x}} dx$

Раздел 5. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 5 вопросов по 6 баллов за вопрос.

Вариант 1.

1. Найти dz если $z = \frac{\operatorname{tg}^3 3x}{\sqrt{y}}$
2. Показать, что функция $z = \sin^2(x - 2y)$ удовлетворяет уравнению $4 \frac{\partial^2 z}{\partial x^2} - \frac{\partial^2 z}{\partial y^2} = 0$
3. Найти $\frac{dz}{dx}$ если $z = \ln(e^x - e^y)$, где $y = \operatorname{ctg} 5x$.
4. Найти производную функции $u = \operatorname{arctg} \frac{xy}{z}$ в точке $M(1; 2; 2)$ в направлении идущем из точки M в точку $N(2; 3; -3)$
5. Найти $\vec{grad} u$ в точке $M(1; 0; -3)$ его длину и направление, если $u = \ln(x^2 + y^2) + xyz$
6. Найти экстремумы функции $z = -3x + xy - x^2 + 3y - y^2 + 1$

Вариант 2.

1. Найти du в точке $M(2; -1; 2)$ если $u = \operatorname{arctg} \frac{y}{x} + zx$
2. Показать, что для функции $z = e^x (\cos y + x \sin y)$ выполняется $\frac{\partial^2 z}{\partial x \partial y} = \frac{\partial^2 z}{\partial y \partial x}$
3. Найти $\frac{\partial z}{\partial u}$ и $\frac{\partial z}{\partial v}$ если $z = x^2 \ln y$, где $x = \frac{u}{v}, y = 3u - 2v$.

4. Найти производную функции $u = \frac{\cos^2 y}{5x - 2z}$ в точке $M(1; \frac{\pi}{4}; 2)$ в направлении составляющем равные острые углы с осями координат.
5. Найти величину наибольшей скорости изменения функции $u = x^2 + 2y^2 + 3z^2 - 3x - 2y - 6z$ в точке $M(1; 1; 1)$.
6. Найти экстремумы функции $z = 6x - 4y - x^2 - y^2 + 10$

Вариант 3.

1. Найти dz если $z = \operatorname{arctg} \sqrt{x^y}$.
2. Показать, что функция $z = e^{\frac{x}{y}}$ удовлетворяет уравнению $y \frac{\partial^2 z}{\partial x \partial y} = \frac{\partial z}{\partial y} - \frac{\partial z}{\partial x}$
3. Найти $\frac{dz}{dx}$ если $z = \operatorname{tg} \frac{\sqrt{2y}}{x}$, где $y = 5^{-x}$.
4. Найти производную функции $u = \frac{3z}{x^2 + y^2 + z^2}$ в точке $M(1; -1; 1)$ в направлении вектора $2\vec{i} + \vec{j} - 2\vec{k}$.
5. Найти $\operatorname{grad} u$ в точке $M(1; 1; -2)$ его длину и направление, если $u = \ln(2x + y) + x^3 y z^2$.
6. Найти экстремумы функции $z = x^2 + xy + y^2 - 6x - 9y$.

Вариант 4.

1. Найти dz если $z = \ln(y + \sqrt{x^2 + y})$.
2. Показать, что функция $z = \operatorname{arctg} \frac{y}{x}$ удовлетворяет уравнению $\frac{\partial^2 z}{\partial x^2} + \frac{\partial^2 z}{\partial y^2} = 0$.
3. Найти $\frac{\partial z}{\partial u}$ и $\frac{\partial z}{\partial v}$ если $z = \sin^2(2x + 3y)$, где $x = \frac{u+1}{v}$, $y = u \cos v$.
4. Найти производную функции $u = e^{3x - \sin \pi y}$ в точке $M(-1; 0)$ в направлении идущем из точки M в точку $N(3; 4)$.
5. Найти $\operatorname{grad} u$ в точке $M(2; 2; 1)$ его длину и направление, если $u = \ln(x^2 + y^2 - z^2 + 1)$.

6. Найти экстремумы функции $z = 4x - 4y - x^2 - y^2$.

2 СЕМЕСТР

Раздел 6. Примеры вопросов к контрольной работе № 4. Контрольная работа содержит 5 вопросов по 4 балла за вопрос.

Вариант № 1

- 1) $(\sqrt{xy} - x)dy + ydx = 0, y(1) = 1$
- 2) $y' - y \operatorname{tg} x = \frac{1}{\cos^3 x}$
- 3) $(e^x \sin y + x)dx + (e^x \cos y + y)dy = 0$
- 4) $2x + 2xy^2 + \sqrt{2 - x^2} y' = 0$
- 5) $(1 - x^2 y)dx + x^2(y - x)dy = 0$

Вариант № 2

- 1) $y' = \frac{\frac{y}{xe^x + y}}{x}, y(1) = 0$
- 2) $y' - y \operatorname{tg} x = \frac{1}{\cos x}$
- 3) $\frac{y}{x} dx + (y^3 + \ln x) dy = 0$
- 4) $2x dx - y dy = yx^2 dy - xy^2 dx$
- 5) $(2e^x + y^4) dy - ye^x dx = 0$

Вариант № 3

- 1) $xy' - y + \sqrt{x^2 + y^2} = 0, y(1) = 0$
- 2) $xy' + y - e^x = 0$
- 3) $\frac{3x^2}{\sqrt{y}} dx + \left(\ln y - \frac{x^3}{2\sqrt{y^3}} \right) dy = 0$
- 4) $(1 + e^x) yy' = e^x$
- 5) $(x^2 \cos x - y) dx + x dy = 0$

Вариант № 4

- 1) $y' = \frac{x + y}{x - y}, y(1) = 0$
- 2) $xy'(x - 1) + y = x^2(2x - 1)$
- 3) $(x \cos 2y + 1) dx - x^2 \sin 2y dy = 0$
- 4) $3(x^2 y + y) dy + \sqrt{2 + y^2} dx = 0$
- 5) $(y + \ln x) dx - x dy = 0$

Раздел 7, 8. Примеры вопросов к контрольной работе № 5. Контрольная работа содержит 5 вопросов 4 балла за вопрос.

Вариант № 1

1. $4y^3 y'' = y^4 - 1; y(0) = \sqrt{2}; y'(0) = \frac{1}{2\sqrt{2}}$.
2. $y'' x \ln x = y'$
3. $y'' - 4y' + 4y = -e^{2x} \sin 6x$

$$4. \begin{cases} y'' - 2y' + y = e^x \ln x \\ x' = x - 3y, \end{cases}$$

$$5. \begin{cases} y' = 3x + y. \end{cases}$$

Вариант № 2

$$1. y'' + 2 \sin y \cos^3 y = 0; y(0) = 0; y'(0) = 1$$

$$2. y'' - y' = 2x + 3;$$

$$3. y'' - 2y' + 2y = (6x - 11)e^{-x}$$

$$4. y'' + 4y = \frac{1}{\cos 2x}$$

$$5. \begin{cases} x' + x - 8y = 0, \\ y' - x - y = 0. \end{cases}$$

Вариант № 3

$$1. y'' \cdot y^3 + 49 = 0, y(3) = -7; y'(3) = -1.$$

$$2. y'' \cdot \operatorname{ctg} 2x + 2y' = 0$$

$$1. y'' + 2y' = 6e^x (\sin x + \cos x);$$

$$2. \begin{cases} y'' - 2y' + y = 3e^x \sqrt{x-1}. \\ x' = 2y - 3x, \end{cases}$$

$$3. \begin{cases} y' = -5y - 2x. \end{cases}$$

Вариант № 4

$$1. y'' + 8 \sin y \cdot \cos^3 y = 0, y(0) = 0; y'(0) = 2.$$

$$2. y'' + \frac{2x}{x^2 + 1} y' = 2x$$

$$3. y'' + 3y' + 2y = (1 - 2x)e^{-x}$$

$$4. \begin{cases} y'' + 16y = \operatorname{ctg} 4x \\ x' = 2y - 3x, \end{cases}$$

$$5. \begin{cases} y' = y - 2x. \end{cases}$$

Раздел 9. Примеры вопросов к контрольной работе № 6. Контрольная работа содержит 5 вопросов по 4 балла за вопрос.

Вариант 1.

Исследовать ряды на сходимость

1. $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{\sqrt[4]{n^3}}{\sqrt{n^3+3}}$.
2. $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{1}{(3n+2) \cdot \ln^2(3n+2)}$.

Исследовать на абсолютную и условную сходимость

3. $\sum_{n=1}^{\infty} (-1)^n \frac{1}{(n+1)(n+2)(n+3)}$.
4. $\sum_{n=1}^{\infty} (-1)^{n+1} \frac{2n+1}{n^2+1}$.

5. Найти область сходимости степенного ряда: $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{(x-7)^{2n}}{4^n \cdot \sqrt{n(n+1)}}$

Вариант 2.

Исследовать ряды на сходимость

1. $\sum_{n=1}^{\infty} \sqrt{2n^3+1}$.
2. $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{10n+1}{(3n+2)!}$.

Исследовать на абсолютную и условную сходимость

3. $\sum_{n=1}^{\infty} (-1)^n \frac{1}{2^n}$.
4. $\sum_{n=2}^{\infty} (-1)^{n+1} \frac{2}{n \ln n}$.

5. Найти область сходимости степенного ряда $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{(x+5)^n}{(n+1) \cdot \ln(n+1)}$

Вариант 3.

Исследовать ряды на сходимость

1. $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{1}{3n^3+n}$.
2. $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{1}{(8n-3) \cdot \sqrt{\ln(8n-3)}}$.

Исследовать на абсолютную и условную сходимость

3. $\sum_{n=1}^{\infty} (-1)^n \frac{3n+2}{5^n}$.

$$4. \sum_{n=1}^{\infty} (-1)^n \frac{5n+1}{\sqrt{4n^3+7}}.$$

$$5. \text{Найти область сходимости степенного ряда } \sum_{n=1}^{\infty} \frac{(-1)^n (x-3)^n}{5^n \cdot (n+1)}$$

Вариант 4.

Исследовать ряды на сходимость

$$1. \sum_{n=1}^{\infty} \frac{1}{5n-2}.$$

$$2. \sum_{n=1}^{\infty} \frac{\sqrt{\operatorname{arctg}(3n+2)}}{1+(3n+2)^2}.$$

Исследовать на абсолютную и условную сходимость

$$3. \sum_{n=1}^{\infty} (-1)^n \frac{1}{n(9n+2)}.$$

$$4. \sum_{n=1}^{\infty} (-1)^n \frac{1}{\ln(n+1)}.$$

$$5. \text{Найти область сходимости степенного ряда } \sum_{n=1}^{\infty} \frac{(x+2)^n}{(4n+1) \cdot 4^n}$$

8.2. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (1 семестр –зачет, 2 семестр – экзамен)

8.2.1. Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины (1 семестр –зачет)

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

8.2.2. Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины (2 семестр – экзамен)

Экзаменационный билет включает контрольные вопросы по разделам 6-9 рабочей программы дисциплины и содержит 8 вопросов. 1 вопрос – 5 баллов, 2 вопрос – 5 баллов, 3 вопрос – 5 баллов, 4 вопрос – 5 баллов, 5 вопрос – 5 баллов, 6 вопрос – 5 баллов, 7 вопрос – 5 баллов, 8 вопрос – 5 баллов.

1. Дифференциальные уравнения: определения, порядок, решение, общее решение.

2. Примеры задач, приводящих к дифференциальным уравнениям.
3. Дифференциальные уравнения первого порядка с разделяющимися переменными.
4. Однородные дифференциальные уравнения первого порядка.
5. Линейные дифференциальные уравнения первого порядка.
6. Линейные дифференциальные уравнения второго порядка с переменными коэффициентами: свойства решений, структура общего решения.
7. Линейные однородные дифференциальные уравнения второго порядка с постоянными коэффициентами (метод Эйлера).
8. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения второго порядка с постоянными коэффициентами (метод вариации).
9. Линейные неоднородные дифференциальные уравнения второго порядка с постоянными коэффициентами. Метод подбора в случае правой части вида квазимногочлена.
10. Основные уравнения математической физики.
11. Числовые ряды: основные понятия, свойства сходящихся рядов.
12. Необходимый признак сходимости.
13. Гармонический ряд. Ряды Дирихле.
14. Признаки сравнения рядов с положительными членами.
15. Признак Даламбера.
16. Интегральный и радикальный признаки Коши.
17. Знакопередающиеся ряды: признак Лейбница.
18. Знакопеременные ряды: абсолютная и условная сходимости.
19. Признак абсолютной сходимости.
20. Свойства абсолютно и условно сходящихся рядов.
21. Степенные ряды: радиус, интервал, область сходимости.
22. Свойства степенных рядов.
23. Ряды Тейлора и Маклорена: свойства, основные разложения.
24. Разложение функции в ряд Маклорена с помощью основных разложений.
25. Ряды Фурье: определение, свойства.
26. Разложение периодической функции в ряд Фурье.
27. Разложение непериодической функции в ряд Фурье.

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

8.3. Структура и примеры билетов для экзамена

2 СЕМЕСТР

Экзамен по дисциплине «Математика» проводится во 2 семестре и включает контрольные вопросы по разделам 6-9 рабочей программы дисциплины. Билет для экзамена состоит из 8 вопросов, относящихся к указанным разделам.

<p>«Утверждаю» Зав. Кафедрой высшей математики</p> <p>_____ Рудаковская Е.Г. «__» _____ 20__ г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра высшей математики</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент</p>
	<p>Математика</p>
<p>БИЛЕТ № 1</p>	
<p>1. Построение общего решения ЛОДУ II-го порядка с постоянными коэффициентами в случае кратных корней характеристического уравнения (случай $D=0$) (с доказательством).</p>	
<p>2. Сформулировать теорему существования и единственности решения ДУ I-го порядка.</p>	
<p>3. Определение суммы и сходимости числового ряда. Перечислить свойства сходящихся рядов.</p>	
<p>4. Решить дифференциальное уравнение: $(\cos y + y \cdot \sin x)dx + (2y - x \cdot \sin y - \cos x)dy = 0$ </p>	
<p>5. Решить задачу Коши: $y'' \cdot \cos x = 2y' \cdot \sin x$, $y(0) = -1$; $y'(0) = 1$</p>	
<p>6. Решить дифференциальное уравнение: $5y'' - y' = 5 - 2x$</p>	
<p>7. Исследовать знакочередующийся ряд на абсолютную и условную сходимость:</p>	
$\sum_{n=1}^{\infty} \frac{(-1)^{n+1}}{4^n + 1}$	
<p>8. Найти область сходимости степенного ряда: $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{(x+1)^n}{\sqrt[3]{2n+1}}$</p>	

<p>«Утверждаю» Зав. Кафедрой высшей математики</p> <p>_____ Рудаковская Е.Г. «__» _____ 20__ г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра высшей математики</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент</p>
	<p>Математика</p>
<p>БИЛЕТ № 2</p>	
<p>1. Знакочередующиеся ряды. Доказать признак Лейбница.</p>	
<p>2. ДУ основные понятия: порядок, частное решение, общее решение, общий интеграл, задача Коши.</p>	
<p>3. ДУ в полных дифференциалах. Формулировка аналитического признака полного дифференциала.</p>	

4. Решить дифференциальное уравнение: $xy' - y = x \cdot \operatorname{tg} \frac{y}{x}$

5. Решить задачу Коши: $y'' \cdot y^3 + 1 = 0$, $y(0) = 1$, $y'(0) = 1$

6. Решить дифференциальное уравнение: $y'' - 2y' + y = 2x(1 - x)$

7. Исследовать числовой ряд на сходимость: $\sum_{n=1}^{\infty} \frac{n+1}{7+3n}$

8. Найти область сходимости степенного ряда:

$$\sum_{n=1}^{\infty} \frac{(-1)^{n+1} \cdot (x-2)^n}{\sqrt{n+11}}$$

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

9.1. Рекомендуемая литература.

А) Основная литература:

1. «Сборник задач по высшей математике» (часть 1), Письменный Д.Т., Лунгу К.Н. –М., изд. «Айрис», 2010 г. – 576 с.: ил. – (Высшее образование).
2. «Сборник задач по высшей математике» (часть 2), Письменный Д.Т., Лунгу К.Н. –М., изд. «Айрис», 2010 г. – 592 с.: ил. – (Высшее образование).
3. «Конспект лекций по высшей математике», Письменный Д.Т. –М., изд. «Айрис», 2010 г. – 608 с.: ил. – (Высшее образование).
4. Салимов Р.В. Математика для студентов строительных и технических специальностей: уч пособие, Лань, 2018, 364с.

Б) Дополнительная литература:

1. Дифференциальное и интегральное исчисление функции одной переменной. Рудаковская Е.Г., Рушайло М.Ф., Меладзе М.А., Гордеева Е.Л., Осипчик В.В. / Учебное пособие под ред. Рудаковской Е.Г., Рушайло М.Ф.: –М.: РХТУ им.Д.И.Менделеева, 2012. –108 с.
2. Дифференциальное и интегральное исчисление функции одной переменной (примеры и задачи). Рудаковская Е.Г., Аверина О.В., Воронов С.М., Старшова Т.Н., Хлынова Т.В., Ригер Т.В. /Учебное пособие под ред. Рудаковской Е.Г., –М.: РХТУ им.Д.И.Менделеева, 2013. –132 с.
3. Дифференциальное и интегральное исчисление функции многих переменных (теория и практика): учебное пособие / Е. Г. Рудаковская, Рушайло М.Ф., Шайкин А.Н., Меладзе М.А., Арсанукаев З.З., Воронов С.М. - М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2016. –120 с.
4. Обыкновенные дифференциальные уравнения: конспект лекций по высшей математике: учебное пособие / сост.: Е. М. Четкина, В. М. Азриэль, Е. Ю. Напеденина. - М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2012. – 64 с.
5. Обыкновенные дифференциальные уравнения и системы (примеры и задачи). Рудаковская Е.Г. Рушайло М.Ф., Хлынова Т.В., Ригер Т.В., Казанчян М.С., Ситин А.Г. /Учебное пособие под ред. Рудаковской Е.Г., Рушайло М.Ф., –М.: РХТУ им.Д.И.Менделеева, 2013. –116 с.
6. Ряды. Теория и практика. Рудаковская Е.Г., Арсанукаев З.З., Меладзе М.А., Напеденин Ю.Т. /Учебное пособие. –М.: РХТУ им. Д.И.Менделеева, 2011. –72 с.

7. Дифференциальное и интегральное исчисление функции многих переменных. Рудаковская Е.Г., Рушайло М.Ф., Напеденина Е.Ю., Меладзе М.А, Хлынова Т.В. /Учебное пособие под ред. Рудаковской Е.Г., Рушайло М.Ф.: –М.: РХТУ им.Д.И.Менделеева, 2012. –92 с.
8. Дифференциальное и интегральное исчисление функции многих переменных (примеры и задачи). Рудаковская Е.Г., Меладзе М.А, Хлынова Т.В., Шайкин А.Н., Ригер Т.В., /Учебное пособие под ред. Рудаковской Е.Г., Шайкина А.Н.: –М.: РХТУ им.Д.И.Менделеева, 2012. –108 с.
9. Сборник расчетных работ по высшей математике. Том I. Дифференциальное и интегральное исчисление функции одной и нескольких переменных. Элементы алгебры. Рудаковская Е.Г., Рушайло М.Ф., Осипчик В.В., Старшова Т.Н., Ригер Т.Ф., Меладзе М.А., Бурухина Т.Ф., Шайкин А.Н., Иншакова К.А. /Учебное пособие в 3-х томах под ред. Рудаковской Е.Г.: –М.: РХТУ им.Д.И.Менделеева, 2016. –148 с.
10. Сборник расчетных работ по высшей математике. Том II. Обыкновенные дифференциальные уравнения и системы. Рудаковская Е.Г., Рушайло М.Ф., Осипчик В.В., Аверина О.А., Четкина Е.И., Напеденина Е.Ю., Напеденин Ю.Т., Иншакова К.А. /Учебное пособие в 3-х томах под ред. Рудаковской Е.Г.: –М.: РХТУ им.Д.И.Менделеева, 2016. –120 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации.

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации.
- Комплекс обучающих программ.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://kvm.muctr.ru/> – сайт кафедры высшей математики.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – <https://moodle.muctr.ru/>, (общее число слайдов – 640);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (50 вариантов на каждую контрольную точку, всего 6 контрольных работ, общее число вариантов – 300);
- банк тестовых заданий для итогового контроля освоения дисциплины (50 билетов для итогового контроля, всего 1 итоговая аттестация, общее число билетов – 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «**Математика**» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оборудованные традиционными учебными досками и учебной мебелью; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Учебно-методические пособия, разработанные на кафедре высшей математики, выложены на сайте кафедры <http://kvm.muotr.ru> и на сайте библиотеки РХТУ имени Д.И.Менделеева <https://lib.muotr.ru>.

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

Персональные компьютеры, принтеры, сканер и копировальный аппарат используются для подготовки раздаточных материалов.

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, комплекты контрольных и экзаменационных билетов.

Учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п.п.	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Срок окончания действия лицензии
1.	WINDOWS 8.1 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013	бессрочно
2.	Microsoft Office Standard 2013	Контракт № 62-64ЭА/2013	бессрочная
3.	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none">• Word• Excel• Power Point• Outlook• OneNote• Access• Publisher• InfoPath	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4.	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition.	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Формы и методы контроля и оценки результатов освоения разделов

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
1 СЕМЕСТР		
<p>Раздел 1. Элементы алгебры.</p>	<p>Знает: основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов.</p> <p>Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; применять математические знания на междисциплинарном уровне.</p> <p>Владеет: основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 1 (1 семестр)</p>
<p>Модуль 2. Функция одной переменной. Предел функции. Непрерывность функции.</p>	<p>Знает: основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов.</p> <p>Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; применять математические знания на междисциплинарном уровне.</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 1 (1 семестр)</p>

	<p>Владеет: основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.</p>	
<p>Раздел 3. Дифференциальное исчисление функции одной переменной.</p>	<p>Знает: основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов.</p> <p>Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; применять математические знания на междисциплинарном уровне.</p> <p>Владеет: основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 1 (1 семестр)</p>
<p>Раздел 4. Интегральное исчисление функции одной переменной.</p>	<p>Знает: основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов.</p> <p>Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; применять математические знания на междисциплинарном уровне.</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 2 (1 семестр)</p>

	Владеет: основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.	
Раздел 5. Дифференциальное исчисление функций нескольких переменных.	Знает: основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов. Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; применять математические знания на междисциплинарном уровне. Владеет: основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.	Оценка за контрольную работу № 3 (1 семестр)
2 СЕМЕСТР		
Раздел 6. Дифференциальные уравнения первого порядка.	Знает: основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов. Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; применять математические знания на	Оценка за контрольную работу № 1 (2 семестр) Оценка на экзамене

	<p>междисциплинарном уровне. Владеет: основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.</p>	
<p>Раздел 7. Дифференциальные уравнения второго порядка.</p>	<p>Знает: основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов. Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; применять математические знания на междисциплинарном уровне. Владеет: основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 2 (2 семестр) Оценка на экзамене</p>
<p>Раздел 8. Системы дифференциальных уравнений.</p>	<p>Знает: основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов. Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; применять математические знания на</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 2 (2 семестр) Оценка на экзамене</p>

	междисциплинарном уровне. Владеет: основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.	
Раздел 9. Числовые и функциональные ряды.	Знает: основы дифференциального и интегрального исчисления, дифференциальных уравнений; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов. Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; применять математические знания на междисциплинарном уровне. Владеет: основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата.	Оценка за контрольную работу № 3 (2 семестр) 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 Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301);

- Положением о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программ бакалавриата, программ специалитета, программ 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 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
 «_____Математика_____»
 основной образовательной программы

_____38.03.02_____ «_____Менеджмент_____»
 код и наименование направления подготовки (специальности)
 «_____»
 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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

« _____ » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Теория вероятностей и математическая статистика»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«25» _____ мая _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А.
Макаров

Москва 2022 г.

Программа составлена заведующим кафедрой высшей математики, к.т.н. Е.Г.Рудаковской, доцентом кафедры высшей математики, к.п.н. О.В.Авериной., доцентом кафедры высшей математики, к.т.н. В.В.Осипчик

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры высшей математики РХТУ им. Д.И. Менделеева «30» апреля 2022 г., протокол № 7

4. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент**, рекомендациями методической комиссии и накопленного опыта преподавания дисциплины кафедрой высшей математики РХТУ им. Д.И.Менделеева. Программа рассчитана на изучение курса в течение одного семестра.

Дисциплина **«Теория вероятностей и математическая статистика»** относится к базовой части блока дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку, включающую основные понятия и методы, изучаемые в дисциплине «Математика».

Цель дисциплины - формирование у студентов системы основных понятий, используемых для построения важнейших математических моделей, и математических методов для описания различных химико-технологических процессов.

Задачи дисциплины - создание фундаментальной математической базы, а также развитию навыков математического мышления и использования их для решения практических задач.

Дисциплина **«Теория вероятностей и математическая статистика»** преподается в 3 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.

5. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины направлено на приобретения следующих **универсальных компетенций и индикаторов 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 методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности. УК-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи

	УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки
--	---

Общепрофессиональных компетенций и индикаторов 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-5.3. Владеет навыками обработки информации и статистического анализа данных.

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

знать:

- основы теории вероятностей и математической статистики;
- математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей;
- основы применения математических моделей и методов.

уметь:

- выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи;
- использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов;
- выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов;
- использовать основные методы статистической обработки данных;
- применять математические знания на междисциплинарном уровне.

владеть:

- основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата;
- методами статистической обработки информации.

6. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего	Семестр
		3

	ЗЕ	Акад. ч.	ЗЕ	Акад. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	108	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	64	1,78	64
Лекции	0,89	32	0,89	32
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	0,89	32
Самостоятельная работа	1,22	44	1,22	44
Контактная самостоятельная работа		0,4		0,4
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,22	43,6	1,22	43,6
Вид контроля – Зачет с оценкой		+		+
Вид итогового контроля:			Зачет с оценкой	

Вид учебной работы	Всего		Семестр 3	
	ЗЕ	Астр. ч.	ЗЕ	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	3	81	3	81
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,78	48	1,78	48
Лекции	0,89	24	0,89	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	24	0,89	24
Самостоятельная работа	1,22	33	1,22	33
Контактная самостоятельная работа		0,3		0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,22	32,7	1,22	32,7
Вид контроля – Зачет с оценкой		+		+
Вид итогового контроля:			Зачет с оценкой	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Разделы дисциплины	Часов			
		Всего	Лекци и	Практи- ческие занятия	Самостоя - тельная работа
	Раздел 1.	54	16	16	22

	Теория вероятностей. Случайные величины и их законы распределения.				
1.1	Случайные события. Виды случайных событий. Алгебра событий. Классическое определение вероятности.	12	4	3	5
1.2	Теоремы сложения и умножения вероятностей. Условная вероятность. Теорема о полной вероятности. Формулы Байеса.	12	3	4	5
1.3	Повторные испытания. Формула Бернулли. Локальная и интегральная теоремы Муавра-Лапласа. Формула Пуассона.	10	3	3	4
1.4	Дискретная случайная величина: вероятностный ряд, функция распределения. Математическое ожидание, дисперсия и среднеквадратическое отклонение. Биномиальное распределение.	10	3	3	4
1.5	Непрерывная случайная величина: функция плотности вероятностей и функция распределения случайной величины. Равномерный закон распределения, его параметры. Нормальный закон распределения, его параметры.	10	3	3	4
	Раздел 2. Математическая статистика.	54	16	16	22
2.1	Задачи математической статистики. Генеральная и выборочная совокупности. Статистический ряд выборочной совокупности. Интервальный статистический ряд. Полигон частот.	14	4	4	6
2.2	Точечные и интервальные статистические оценки параметров распределения случайной величины.	14	4	4	6
2.3	Проверка статистических гипотез: формулировка основной и конкурирующей гипотезы. Уровень	13	4	4	5

	значимости. Выбор критерия для проверки гипотезы.				
2.4	Элементы теории корреляции. Коэффициент корреляции r_{xy} и корреляционный момент k_{xy} - их оценки по выборочным данным. Уравнения линейной регрессии.	13	4	4	5
	ИТОГО	108	32	32	44

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теория вероятностей. Случайные величины и их законы распределения.

- 1.1 Случайные, достоверные и невозможные события. Виды случайных событий: совместные и несовместные, противоположные события. Алгебра событий: сумма, произведение событий. Элементарные события (исходы). Классическое определение вероятности. Свойства вероятности случайного события.
- 1.2 Теоремы вероятностей: сложение вероятностей совместных и несовместных событий; произведения вероятностей зависимых и независимых событий. Условная вероятность. Теорема о полной вероятности. Формулы Байеса.
- 1.3 Повторные испытания. Формула Бернулли. Локальная и интегральная теоремы Муавра-Лапласа. Формула Пуассона.
- 1.4 Случайная величина: определение виды случайных величин. Дискретная случайная величина: вероятностный ряд, функция распределения. Математическое ожидание, дисперсия и среднеквадратическое отклонение, и их свойства. Биномиальное распределение, закон Пуассона для дискретной случайной величины.
- 1.5 Непрерывная случайная величина: функция плотности вероятностей и ее свойства, функция распределения этой случайной величины и ее свойства. Связь между этими функциями. Вероятность попадания непрерывной случайной величины на некоторый промежуток. Равномерный закон распределения, его параметры. Нормальный закон распределения, его параметры и формулы.

Раздел 2. Математическая статистика.

- 2.1 Задачи математической статистики. Генеральная и выборочная совокупности. Статистический ряд выборочной совокупности (выборки). Интервальный статистический ряд выборки (при больших объемах выборки). Полигон частот статистического распределения выборки.

- 2.2 Точечные статистические оценки параметров распределения исследуемой случайной величины: среднее арифметическое статистических значений, выборочная дисперсия, исправленная выборочная дисперсия. Основные требования, предъявляемые к точечным оценкам. Интервальные оценки параметров распределения исследуемой случайной величины (в предположении, что она имеет нормальное распределение случайной величины) интервал математического ожидания при известной дисперсии и неизвестной, доверительный интервал для среднеквадратического отклонения.
- 2.3 Проверка статистических гипотез: формулировка основной и конкурирующей гипотезы. Уровень значимости. Выбор критерия для проверки основной гипотезы. Проверка гипотезы о равенстве дисперсии двух генеральных совокупностей по двум выборкам из них. Проверка гипотезы о равенстве двух средних (при известной и неизвестной дисперсии). Проверка гипотезы о нормальном распределении (критерий Пирсона).
- 2.4 Элементы теории корреляции. (X, Y) - система двух случайных величин (двумерная случайная величина). Зависимость между составляющими X и Y – основная задача корреляции. Коэффициент корреляции r_{xy} и корреляционный момент k_{xy} - их оценки по выборочным данным. Проверка гипотезы о существовании корреляционной зависимости между X и Y . Уравнения линейной регрессии Y на X и X на Y в случае наличия корреляционной зависимости.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины студент должен	Раздел	
	1	2
Знать:		
- основы теории вероятностей и математической статистики;	+	+
- математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей;	+	+
- основы применения математических моделей и методов.	+	+
Уметь:		
- выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи;	+	+
- применять математические знания на междисциплинарном уровне;	+	+
- использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов;	+	+

- использовать основные методы статистической обработки данных;		+	+
- выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов.		+	+
Владеть:			
- основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата;		+	+
- методами статистической обработки информации.		+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие универсальные компетенции и индикаторы достижений			
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 методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности.	+	+
	УК-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие	+	+
	УК-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи	+	+
	УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие общепрофессиональные компетенции и индикаторы достижений:			
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-5.3. Владеет навыками обработки информации и статистического анализа данных.	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Примерные темы практических занятий по дисциплине.

№ п/п	№ разделов дисциплины	Темы практических (семинарских) занятий	Часы
1.	1.1	Практическое занятие 1. Решение задач по комбинаторике.	2
2.	1.1	Практическое занятие 2. Действия над событиями. Классическое определение вероятности события, вычисление вероятности случайного события.	2
3.	1.2	Практическое занятие 3. Вычисление вероятностей случайных событий с помощью теорем вероятностей: суммы и произведения событий, противоположных событий.	2
4.	1.2	Практическое занятие 4. Теорема полной вероятности. Формула Байеса.	2
5.	1.3	Практическое занятие 5. Повторные события. Формула Бернулли. Локальная и интегральная формула Лапласа. Формула Пуассона.	2
6.		Контрольная работа № 1	2
7.	1.4	Практическое занятие 6. Дискретная случайная величина: вероятностный ряд, функция распределения вероятностей, числовые характеристики. Биноминальный закон распределения д.с.в. Закон Пуассона.	2
8.	1.5	Практическое занятие 7. Непрерывная случайная величина: функция плотности вероятностей, функция распределения вероятностей, числовые характеристики. Равномерный закон распределения н.с.в.	2
9.	1.5	Практическое занятие 8. Нормальный закон распределения н.с.в.: нахождение функции $F(x)$ по данной $f(x)$ и наоборот, числовые характеристики, вероятность попадания с.в. в заданный промежуток.	2
10.		Контрольная работа № 2	2

11	2.1	Практическое занятие 9. Начальная обработка статистических данных: статистический (вариационный) ряд, эмпирическая функция распределения частот, полигон частот. Интервальный статистический ряд, гистограмма частот.	2
12.	2.2	Практическое занятие 10. Точечные оценки параметров распределения генеральной совокупности, формулы для этих оценок. Метод условных вариантов для упрощения расчета оценок.	2
13.	2.2	Практическое занятие 11. Построения доверительных интервалов для истинного математического ожидания, при известной и неизвестной дисперсии генеральной совокупности и для среднего квадратического отклонения.	2
14	2.3	Практическое занятие 12. Проверка статистических гипотез: а) равенства дисперсий двух нормальных генеральных совокупностей, б) равенства математических ожиданий двух нормальных генеральных совокупностей с известной и неизвестной дисперсией, в) равенства математического ожидания нормальной генеральной совокупности некоторому заданному числу.	2
15	2.4	Практическое занятие 13. Проверка гипотезы о нормальном распределении генеральной совокупности: критерий согласия Пирсона (с расчетом теоретических частот нормального распределения).	2
16		Контрольная работа № 3	2
ИТОГ О	32 часа		

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА.

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

– ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами;

- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку к *зачету с оценкой* (3 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 складывается из оценок за выполнение контрольных работ: **3** контрольные работы в **3** семестре (максимальная оценка за каждую контрольную работу **20** баллов). Максимальная оценка текущей работы в **3** семестре составляет **60** баллов.

В соответствии с учебным планом изучение материала разделов завершается контролем его освоения в форме зачета с оценкой в **3** семестре (максимальная оценка **40** баллов).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольные работы (2 контрольные работы по 1 разделу и одна контрольная работа по 2 разделу). Максимальная оценка за контрольные работы 1-3 составляет 20 баллов за каждую работу.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 5 вопросов по 4 балла за вопрос.

Вариант 1

- 1) Сколько четырехзначных чисел, делящихся на 5, можно составить из цифр $\{0,1,4,5,9\}$, если каждое число не должно содержать одинаковых цифр?
- 2) В цехе работают 6 мужчин и 4 женщины. По табельным номерам наудачу отобрали 7 человек. Найти вероятность того, что среди отобранных лиц окажутся 3 женщины.
- 3) Три стрелка стреляют по одной мишени. Первый попадает с вероятностью $p_1 = 0,8$, второй – $p_2 = 0,7$, третий – $p_3 = 0,6$. Найти вероятность того, что при одном залпе в мишень попадет хотя бы один стрелок.
- 4) В первой коробке находится 20 батареек для фонарика, из них 18 годных к употреблению. Во второй коробке – 10 батареек, из них – 9 годных. Из второй коробки наудачу взяли 2 батарейки и переложили в первую. Найти вероятность того, что батарейка, наудачу извлеченная из первой коробки, будет годной.
- 5) Вероятность попадания мячом в корзину для данного баскетболиста равна 0,8. Игрок делает три броска. Какова вероятность того, что все три раза он попал?

Вариант 2

- 1) Игральная кость подбрасывается один раз. Найти вероятность того, что число выпавших очков кратно трем.
- 2) Из водоема, в котором находится 10 рыб, вылавливают 6 рыб, помечают и выпускают их обратно. Найти вероятность того, что второй улов того же объема содержит 4 меченые рыбы.
- 3) В урне 12 шаров, из которых 7 белых. Наудачу вытаскивается один шар, а затем возвращается обратно в урну. Найти вероятность хотя бы одного извлечения белого шара, если шар извлекали дважды.
- 4) В пирамиде установлены 15 винтовок, 10 из них снабжены оптическим прицелом. При стрельбе из винтовки с оптическим прицелом вероятность поражения мишени – 0,9, а при стрельбе из обычной винтовки – 0,7. Какова вероятность того, что стрелок поразил мишень из наудачу взятой винтовки? Найти также вероятность того, что мишень поражена из винтовки с оптическим прицелом.
- 5) Вероятность появления события в каждом из 3000 независимых испытаний равна 0,75. Найти вероятность того, что событие появится не менее 1480 раз.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 5 вопросов по 4 балла за вопрос.

Вариант 1

- 1) Случайная величина ξ имеет ряд распределения:

ξ	-4	-2	0	1	2
-------	----	----	---	---	---

p	0,1	0,2	0,3	0,3	0,1
-----	-----	-----	-----	-----	-----

Найти математическое ожидание $M[\xi]$, дисперсию $D[\xi]$, функцию распределения $F(x)$.

2) В ящике 7 белых шаров и 3 черных. Наудачу берут 2 шара. Случайная величина ξ – число черных шаров среди взятых. Построить вероятностный ряд для ξ . Найти ее $M[\xi]$ и $D[\xi]$.

3) Плотность распределения вероятностей случайной величины ξ имеет вид:

$$f(x) = \begin{cases} 2(x-1), & x \in [1; 2] \\ 0, & x \notin [1; 2] \end{cases}$$

Найти: функцию распределения вероятностей $F(x)$ и ее график, $M[\xi]$, $D[\xi]$, $P(1,5 < \xi < 3)$.

4) Случайная величина ξ распределена равномерно на $[1; 7]$. Написать $f(x)$ и $F(x)$. Найти $M[\xi]$ и $D[\xi]$. Вычислить $P(0 \leq \xi \leq 4)$.

5) Случайная величина ξ распределена нормально с математическим ожиданием $M[\xi] = 0$ и дисперсией $D[\xi] = 3$. Написать функцию плотности распределения вероятностей $f(x)$ и вычислить $P(-1 \leq \xi \leq 3)$.

Вариант 2

1) Случайная величина ξ имеет ряд распределения:

ξ	1	3	4	6	7
p	0,1	0,1	0,3	0,4	0,1

Найти математическое ожидание $M[\xi]$, дисперсию $D[\xi]$, функцию распределения $F(x)$

2) В ящике 6 белых шаров и 4 черных. Наудачу берут 2 шара. Случайная величина ξ – число черных шаров среди взятых. Построить вероятностный ряд для ξ . Найти ее $M[\xi]$ и $D[\xi]$.

3) Плотность распределения вероятностей случайной величины ξ имеет вид:

$$f(x) = \begin{cases} 2 - \frac{x}{2}, & x \in [2; 4] \\ 0, & x \notin [2; 4] \end{cases}$$

Найти: функцию распределения вероятностей $F(x)$ и ее график, $M[\xi]$, $D[\xi]$, $P(3 < \xi < 5)$.

4) Случайная величина ξ распределена нормально с математическим ожиданием $M[\xi] = 0$ и дисперсией $D[\xi] = 4$. Написать функцию плотности распределения вероятностей $f(x)$ и вычислить $P(-2 \leq \xi \leq 4)$

5) Случайная величина ξ распределена равномерно на $[2; 10]$. Написать $f(x)$ и $F(x)$. Найти $M[\xi]$ и $D[\xi]$. Вычислить $P(1 \leq \xi \leq 5)$.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 4 вопроса по 5 баллов за вопрос.

Вариант 1

1. По заданной выборке

45	46	58	59	47	55	58	46	45
38	40	41	62	43	61	40	42	50
58	41	51	44	47	47	47		

- 1) составить вариационный ряд;
- 2) вычислить относительные частоты;
- 3) построить полигон относительных частот;
- 4) составить эмпирическую функцию распределения;
- 5) построить график эмпирической функции распределения;
- 6) найти оценки математического ожидания, дисперсии и $\sqrt{D_{\sigma}}$ среднеквадратичного отклонения ($\bar{x}_{\sigma}, D_{\sigma}, \sigma = \sqrt{D_{\sigma}}, S^2, S = \sqrt{S^2}$).

2. По заданной выборке

1,0	1,1	1,3	0,9	1,2	1,1	0,8	1,0	1,2
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

- 1) составить вариационный ряд;
- 2) построить доверительные интервалы при $\gamma = 0,95$ для
 - а) математического ожидания при известной дисперсии $\sigma = S$;
 - б) математического ожидания при неизвестной дисперсии;
 - в) среднеквадратичного отклонения.

3. По двум независимым выборкам, объемы которых $n = 12$ и $m = 16$, извлеченным из нормальных генеральных совокупностей X и Y с неизвестными дисперсиями, найдены исправленные дисперсии: $s_X^2 = 9,52$ и $s_Y^2 = 4,1$. При уровне значимости $0,05$ проверить гипотезу $H_0 : D[X] = D[Y]$ при конкурирующей гипотезе $H_1 : D[X] > D[Y]$.

4. Средняя производительность машины составляет 200 единиц/час, с $\sigma = \sqrt{D[\xi]} = 20$ единиц/час. Предложено усовершенствование машины. Произведено 9 опытов на усовершенствованных образцах, средняя производительность составила 215 единиц/час. С уровнем значимости $\alpha = 0,01$ проверьте, значимо ли повышение производительности.

Вариант 2

1. По заданной выборке

7	4	9	13	9	9	13	9	11
---	---	---	----	---	---	----	---	----

11	11	5	12	9	10	15	14	10
10	12	8	10	11	10	4		

- 1) составить вариационный ряд;
- 2) вычислить относительные частоты;
- 3) построить полигон относительных частот;
- 4) составить эмпирическую функцию распределения;
- 5) построить график эмпирической функции распределения;
- 6) найти оценки математического ожидания, дисперсии и \sqrt{D} среднеквадратичного отклонения ($\bar{x}, D, \sigma = \sqrt{D}, S^2, S = \sqrt{S^2}$).

2. По заданной выборке

2,0 2,1 2,5 1,9 2,3 2,4 2,2 2,3

- 1) составить вариационный ряд;
- 2) построить доверительные интервалы при $\gamma = 0,95$ для
 - а) математического ожидания при известной дисперсии $\sigma = S$;
 - б) математического ожидания при неизвестной дисперсии;
 - в) среднеквадратичного отклонения.

3. Автомат, работающий со стандартным отклонением $\sigma = 1$ г, фасует чай в пачки со средним весом $a = 100$ г. В случайной выборке объемом $n = 25$ пачек средний вес $\bar{X} = 101,5$ г. Надо ли отрегулировать автомат? Доверительная вероятность $\gamma = 0,95$.

4. Средняя производительность машины составляет 200 единиц/час, с $\sigma = \sqrt{D[\xi]} = 18$ единиц/час. Предложено усовершенствование машины. Произведено 10 опытов на усовершенствованных образцах, средняя производительность составила 200 единиц/час. С уровнем значимости $\alpha = 0,01$ проверьте, значимо ли повышение производительности.

8.2. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (3 семестр – зачет с оценкой)

Билет для зачета с оценкой включает контрольные вопросы по разделам 1-2 рабочей программы дисциплины и содержит 6 вопросов. 1 вопрос – 6 баллов, 2 вопрос – 6 баллов, 3 вопрос – 7 баллов, 4 вопрос – 7 баллов, 5 вопрос – 7 баллов, 6 вопрос – 7 баллов

1. Основные правила комбинаторики. Размещения, сочетания, перестановки (с повторениями и без повторений).
2. Случайные события, виды событий. Классическое определение вероятности. Схема случаев.
3. Относительная частота. Статистическое определение вероятности. Геометрическая вероятность.
4. Противоположные события. Вероятность появления хотя бы одного из событий, независимых в совокупности.

5. Алгебра событий. Теоремы сложения вероятностей.
6. Условная вероятность. Независимые события. Теоремы умножения вероятностей.
7. Формула полной вероятности. Формулы Байеса.
8. Повторные испытания. Формула Бернулли. Формула Пуассона.
9. Локальная и интегральная теоремы Муавра-Лапласа.
10. Функция распределения случайной величины, ее свойства.
11. Плотность распределения непрерывной случайной величины, ее свойства.
12. Математическое ожидание случайной величины, его свойства.
13. Дисперсия случайной величины, ее свойства. Среднеквадратичное отклонение.
14. Биномиальное распределение, его числовые характеристики.
15. Распределение Пуассона, его числовые характеристики.
16. Равномерное распределение, его числовые характеристики.
17. Показательное распределение, его числовые характеристики.
18. Интеграл Лапласа, его свойства. Кривая Гаусса (нормальная кривая), ее свойства, график.
19. Нормальное распределение, его числовые характеристики. Выражение функции распределения через интеграл Лапласа. Вероятность попадания нормально распределенной случайной величины в заданный промежуток. «Правило трех сигм».
20. Случайные величины: дискретные, непрерывные. Закон распределения дискретной случайной величины. Многоугольник распределения.
21. Математическое ожидание дискретной и непрерывной случайных величин, формулы для вычисления.
22. Дисперсия дискретной и непрерывной случайных величин, формулы для вычисления.
23. Закон больших чисел. Центральные предельные теоремы теории вероятностей.
24. Распределения, связанные с нормальным распределением: Хи-квадрат, Стьюдента, Фишера-Снедекора.
25. Задачи математической статистики. Выборки. Способы и виды отбора.
26. Статистическое распределение выборки (вариационный ряд, полигон частот). Эмпирическая функция распределения.
27. Интервальная таблица, гистограмма частот.
28. Статистические оценки параметров распределения, свойства оценок.
29. Выборочное и генеральное среднее. Генеральная и выборочная дисперсия. Метод условных вариантов (метод произведений).
30. Доверительная вероятность и доверительный интервал. Доверительные интервалы для оценки математического ожидания и среднеквадратичного отклонения.
31. Проверка статистических гипотез. Ошибки первого и второго рода. Критическая область. Область принятия гипотезы.

32. Проверка гипотезы о нормальном распределении генеральной совокупности. Критерий согласия Пирсона. Методика вычисления теоретических частот нормального распределения.
33. Проверка гипотезы о равенстве дисперсий нормальных распределений.
34. Проверка гипотезы о равенстве средних значений нормальных распределений при известной и неизвестной дисперсии. Сравнение среднего значения с гипотетической генеральной средней при известной и неизвестной дисперсии.
35. Элементы статистической теории корреляции. Виды зависимостей между случайными величинами.
36. Числовые характеристики корреляционной зависимости. Оценка корреляционного момента, коэффициента корреляции по выборочным данным
37. Проверка гипотезы о значимости коэффициента корреляции.
38. Линейная корреляция. Уравнение линейной регрессии по выборочным данным.

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

8.3. Структура и примеры билетов для зачета с оценкой

Зачет с оценкой по дисциплине «Теория вероятностей и математическая статистика» проводится в 3 семестре и включает контрольные вопросы по разделам 1-2 рабочей программы дисциплины. Билет для экзамена состоит из 6 вопросов, относящихся к указанным разделам:

<p>«Утверждаю» Зав. Кафедрой высшей математики</p> <p>_____ Рудаковская Е.Г. «__» _____ 20__ г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра высшей математики</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент</p>
	<p>Теория вероятностей и математическая статистика</p>
<p>БИЛЕТ № 1</p>	
<p>1. Функция распределения случайной величины, ее свойства.</p> <p>2. Проверка статистических гипотез. Ошибки первого и второго рода. Критическая область. Область принятия гипотезы.</p> <p>3. При разрыве бронебойного снаряда крупные осколки составляют 20% от общего числа осколков, средние – 30%, мелкие – 50%. Вероятность того, что крупный осколок пробьет броню $p_1 = 0,8$; для средних и мелких осколков соответственно $p_2 = 0,5$ и $p_3 = 0,2$. Найти вероятность пробивания брони.</p>	

4. Плотность распределения вероятностей непрерывной случайной величины ξ имеет вид

$$f(x) = \begin{cases} c(x+2), & x \in [1,5] \\ 0, & x \notin [1,5] \end{cases}$$

Найти параметр c , $M[\xi]$, $D[\xi]$, $F(x)$, $P(-1 < \xi < 3)$, построить графики $F(x)$ и $f(x)$.

5. По заданной выборке

2,3	2,4	2,7	2,3	2,5	2,4	2,1	2,3	2,5
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

составить вариационный ряд, построить полигон частот, вычислить выборочную среднюю, выборочную дисперсию, исправленное среднеквадратичное отклонение.

6. Инвестиция №1 рассчитана на $n_1 = 14$ лет, дисперсия ежегодных прибылей $s_1^2 = 15\%^2$. Инвестиция №2 рассчитана на $n_2 = 12$ лет, дисперсия ежегодных прибылей $s_2^2 = 20\%^2$. Предполагается, что распределение ежегодных прибылей на инвестиции подчиняется нормальному закону распределения. Равны ли риски (σ^2) инвестиций №1 и №2? Доверительная вероятность $\gamma = 0,99$.

<p>«Утверждаю» Зав. Кафедрой высшей математики</p> <p>_____ Рудаковская Е.Г. «__» _____ 20__ г.</p>	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д. И. Менделеева
	Кафедра высшей математики
	38.03.02 Менеджмент
	Теория вероятностей и математическая статистика

БИЛЕТ № 2

- Плотность распределения непрерывной случайной величины, ее свойства.
- Доверительная вероятность и доверительный интервал. Доверительные интервалы для оценки математического ожидания и среднеквадратичного отклонения.
- Баскетболист забрасывает мяч в корзину с вероятностью $p = 0,4$ при одном броске. Найти вероятность того, что он забросит хотя бы один мяч, если он произвел 3 броска.
- Плотность распределения вероятностей непрерывной случайной величины ξ имеет вид

$$f(x) = \begin{cases} c(x+2), & x \in [2,6] \\ 0, & x \notin [2,6] \end{cases}$$

Найти параметр c , $M[\xi]$, $D[\xi]$, $F(x)$, $P(4 < \xi < 8)$, построить графики $F(x)$ и $f(x)$.

5. По заданной выборке

3,3	3,2	3,4	2,9	3,2	3,1	2,8	3,2
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

составить вариационный ряд, построить полигон частот, вычислить выборочную среднюю, выборочную дисперсию, исправленное среднеквадратичное отклонение.

6. По двум независимым малым выборкам, объемы которых $n=12$ и $m=10$, извлеченным из нормальных генеральных совокупностей, найдены выборочные средние: $\bar{X}=25,1$; $\bar{Y}=26,0$ и исправленные дисперсии: $s_x^2=1,3$ и $s_y^2=2,4$. При уровне значимости $0,05$ проверить гипотезу $H_0: M[X]=M[Y]$ при конкурирующей гипотезе $H_1: M[X] \neq M[Y]$.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

9.1. Рекомендуемая литература.

А) Основная литература:

1. «Сборник задач по высшей математике» (часть 2), Письменный Д.Т., Лунгу К.Н. –М., изд. «Айрис», 2010 г. – 592 с.: ил. – (Высшее образование).
2. «Конспект лекций по теории вероятностей, математической статистике и случайным процессам», Письменный Д.Т. –М., изд. «Айрис», 2010 г. – 288 с.: ил. – (Высшее образование).
3. Теория вероятностей и математическая статистика. [Электронный ресурс]: учебник для прикладного бакалавриата: Электронная копия / В. Е. Гмурман. - 12-е изд. - М.: Юрайт, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM).
4. Фролов А.Н. Краткий курс ТВ и МС, уч. пособие, Лань, 2017, 304с.

Б) Дополнительная литература:

1. Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике. [Электронный ресурс]: учебное пособие для прикладного бакалавриата: Электронная копия / В. Е. Гмурман. - 11-е изд. - М. : Юрайт, 2014. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM).
2. Теория вероятностей и математическая статистика. Рудаковская Е.Г., Рушайло М.Ф., Старшова Т.Н., Аверина О.В., Гордеева Е.Л., Изотова С.А. /Учебное пособие под ред. Рушайло М.Ф., Рудаковской Е.Г., –М.: РХТУ им.Д.И.Менделеева, 2012. –84с
3. Сборник расчетных работ по высшей математике. Том III. Теория вероятностей и математическая статистика. Рудаковская Е.Г., Напеденина Е.Ю., Осипчик В.В., Напеденин Ю.Т., Орлова В.Л., Шайкин А.Н., Иншакова К.А. /Учебное пособие в 3-х томах под ред. Рудаковской Е.Г.: – М.: РХТУ им.Д.И.Менделеева, 2017. –124 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации.

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации.
- Комплекс обучающих программ.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет:
-- <http://kvm.muctr.ru/> – сайт кафедры высшей математики.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – <https://moodle.muctr.ru/>, (общее число слайдов – 320);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (50 вариантов на каждую контрольную точку, всего 3 контрольные работы, общее число вариантов – 150);
- банк тестовых заданий для итогового контроля освоения дисциплины (50 билетов для итогового контроля, всего 1 итоговая аттестация, общее число билетов – 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «Теория вероятностей и математическая статистика» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оборудованные традиционными учебными досками и учебной мебелью; библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Учебно-методические пособия, разработанные на кафедре высшей математики, выложены на сайте кафедры <http://kvm.muctr.ru> и на сайте библиотеки РХТУ имени Д.И.Менделеева <https://lib.muctr.ru>.

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

Персональные компьютеры, принтеры, сканер и копировальный аппарат используются для подготовки раздаточных материалов.

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, комплекты контрольных и экзаменационных билетов.

Учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п.п.	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Срок окончания действия лицензии
1.	WINDOWS 8.1 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013	бессрочно
2.	Micosoft Office Standard 2013	Контракт № 62-64ЭА/2013	бессрочная

3.	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point • Outlook • OneNote • Access • Publisher • InfoPath 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
4.	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition.	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Формы и методы контроля и оценки результатов освоения разделов

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Теория вероятностей. Случайные величины и их законы распределения.	Знает: основы теории вероятностей и математической статистики; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов. Умеет: выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические	Оценка за контрольную работу № 1 (4 семестр) Оценка за контрольную работу № 2 (4 семестр) Оценка на зачете с оценкой

	<p>закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; использовать основные методы статистической обработки данных; применять математические знания на междисциплинарном уровне.</p> <p>Владеет:</p> <p>основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата; методами статистической обработки информации.</p>	
<p>Раздел 2. Математическая статистика.</p>	<p>Знает:</p> <p>основы теории вероятностей и математической статистики; математические теории и методы, лежащие в основе построения математических моделей; основы применения математических моделей и методов.</p> <p>Умеет:</p> <p>выбирать математические методы, пригодные для решения конкретной задачи; использовать математические понятия, методы и модели для описания различных процессов; выявлять математические закономерности, лежащие в основе конкретных процессов; использовать основные методы статистической обработки данных; применять математические знания на междисциплинарном уровне.</p> <p>Владеет:</p> <p>основами фундаментальных математических теорий и навыками использования математического аппарата; методами статистической обработки информации.</p>	<p>Оценка за контрольную работу № 3 (4 семестр)</p> <p>Оценка на зачете с оценкой</p>

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, программ специалитета, программ 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 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 вероятностей и математическая статистика_»
 основной образовательной программы

___ **38.03.02** ___ «___ Менеджмент ___»

код и наименование направления подготовки (специальности)

«_____»
 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»

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«30» июня 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Статистика

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профили: «Маркетинг», «Менеджмент организации»

Квалификация бакалавр

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ **Н.А. Макаров** Пр

Москва 2022 г.

Программа составлена:

заведующим кафедрой процессов и аппаратов химической технологии, д.т.н.
Л.В. Равичевым

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры процессов и аппаратов
химической технологии
«02» июня 2022 г., протокол № 13

1. Цель и задачи дисциплины

Программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВО) по направлению подготовки 27.03.01 Менеджмент, профили «Маркетинг», «Менеджмент организации» рекомендаций методической комиссии Ученого совета РХТУ им. Д.И. Менделеева, а также на основании накопленного опыта преподавания предмета в РХТУ.

Дисциплина «Статистика» относится к базовой части учебного плана и рассчитана на изучение дисциплины в 4 семестре обучения. Программа базируется на компетенциях, полученных при изучении дисциплин «Математика», «Информатика», «Теория вероятности и математическая статистика».

Целью дисциплины «Статистика» является обеспечение студентов базовыми знаниями в области сбора, обработки и анализа данных.

Основными задачами дисциплины является формирование у студентов:

- абстрактно-математического образа мышления;
- навыков статистико-вероятностного способа оценки статистических утверждений;
- навыков применения теоретических законов к решению практических задач по обработке статистической информации.

Дисциплина «Статистика» преподается в 4 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Универсальные компетенции (УК) 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 методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности. УК-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие. УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи.

	УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки.
Общепрофессиональные компетенции (ОПК) 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-5.3. Владеет навыками обработки информации и статистического анализа данных.

После изучения дисциплины «Статистика» студент должен:

знать:

- основные статистические категории, понятия и термины;
- общие принципы сбора, обработки и анализа данных;

уметь:

- оперировать абстрактными статистическими понятиями;
- представлять данные для статистической обработки;
- обрабатывать данные и рассчитывать основные статистические характеристики;

владеть:

- статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач.

Дисциплина «Статистика» является базовой дисциплиной учебного плана и преподается в четвёртом семестрах обучения (форма контроля – зачёт). Контроль успеваемости ведется по принятой в университете

рейтинговой системе. Объем курса - 72 часа (2 зачетные единицы), из них лекции – 16 часов, лабораторные работы - 16 часов, самостоятельная работа - 40 часов.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. час.	Астр. час.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,88	32	24
Лекции	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	0,44	16	12
Самостоятельная работа	1,11	40	30
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,11	40	30
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Часов академических			
		Всего	Лекции	Лабор. работы	Самостоятельная работа
	Введение.	1	1	-	-
	Раздел 1. Описательная статистика.	35	7	8	20
1.1	Абсолютные и относительные величины.	5	1	1	3
1.2	Категории средних.	5	1	1	3
1.3	Показатели вариации и способы их вычисления.	5	1	1	3
1.4	Показатели формы распределения. Ряды распределения.	7	2	2	3
1.5	Анализ рядов динамики.	8	2	2	4
1.6	Использование Excel в описательной статистике.	5	-	1	4

	Раздел 2. Аналитическая статистика.	36	8	8	20
2.1	Теоретические распределения в анализе вариационных рядов.	9	2	1	6
2.2	Выборочное наблюдение.	9	2	1	6
2.3	Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений.	18	4	6	8
	Всего часов	72	16	16	40

4.2. Содержание разделов дисциплины

Введение. Статистика - методология сбора, обработки и интерпретации общественно-значимой и экономической информации. История статистики. Теоретические основы статистики как науки. Предмет, методы и задачи статистики. Современная организация статистики. Источники статистической информации. Статистическое наблюдение. Сводка и группировка статистических данных.

Раздел 1. Описательная статистика.

1.1. Абсолютные и относительные величины. Относительные величины одноименных статистических показателей. Относительные величины динамики. Цепные и базисные темпы роста. Относительные величины структуры, координации и наглядности. Относительные величины разноименных статистических показателей. Относительная величина интенсивности.

1.2. Категории средних. Степенные средние: средняя арифметическая, геометрическая, гармоническая и квадратическая. Структурные средние: мода, медиана.

1.3. Показатели вариации и способы их вычисления. Размах (амплитуда) колебаний. Среднее линейное и квадратическое отклонение. Относительные показатели вариации, коэффициент вариации. Дисперсия. Общая, межгрупповая и внутригрупповая дисперсия. Правило сложений дисперсий. Вариации альтернативного признака.

1.4. Показатели формы распределения. Ряды распределения. Построение дискретного ряда распределения. Полигон частот. Показатели асимметрии, эксцесса. Построение интервального ряда распределения. Гистограмма, полигон и кумулята.

1.5. Анализ рядов динамики. Понятие ряда динамики, его элементы. Виды рядов динамики. Проблема сопоставимости уровней ряда динамики. Индивидуальные показатели ряда динамики. Средние характеристики ряда динамики. Анализ закономерностей изменения уровней ряда динамики. Выравнивание ряда динамики. Методы механического выравнивания.

Аналитическое выравнивание динамических рядов. Анализ сезонных колебаний. Статистические методы прогнозирования.

1.6. Использование Excel в описательной статистике. Функции Excel, используемые при расчете показателей положения, разброса, асимметрии, эксцесса. Технология работы в режиме «Описательная статистика», «Гистограмма», «Выборка».

Раздел 2. Аналитическая статистика.

2.1. Теоретические распределения в анализе вариационных рядов. Общие сведения о математическом моделировании. Моделирование эмпирического ряда распределения. Нормальный закон распределения. Расчет теоретических частот нормального распределения.

2.2. Выборочное наблюдение. Генеральная и выборочная совокупность. Выборочное наблюдение. Ошибка выборочного наблюдения. Уточнение формулы средней ошибки выборки. Способы формирования выборочной совокупности. Индивидуальный, групповой и комбинированный отбор. Повторный и бесповторный отбор. Собственно-случайная, механическая, типическая, серийная и комбинированная выборка. Определение необходимого объема выборки. Малая выборка. Распределение Стьюдента.

2.3. Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений. Корреляционный анализ. Диаграмма рассеяния. Линейный коэффициент корреляции Пирсона. Проверка значимости коэффициента корреляции. Регрессионный анализ. Метод наименьших квадратов. Парная линейная регрессия. Анализ точности модели. Коэффициент детерминации. Стандартная ошибка модели. Стандартные ошибки коэффициентов модели. Проверка гипотез о значимости коэффициентов. Критерий Стьюдента. Проверка гипотезы о значимости модели. Критерий Фишера. Нелинейная парная регрессия. Нелинейные модели парной регрессии и преобразование переменных.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Раздел 1	Раздел 2
	Знать:			
1	- основные статистические категории, понятия и термины;		+	
2	- общие принципы сбора, обработки и анализа данных;		+	
	Уметь:			
3	- оперировать абстрактными статистическими понятиями;		+	+
4	- представлять данные для статистической обработки;		+	+
5	- обрабатывать данные и рассчитывать основные статистические характеристики;		+	+
	Владеть:			
6	- статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач.		+	+
	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие универсальные компетенции и индикаторы их достижения:			
	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 методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности.	+	+
		УК-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие.	+	+
		УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	+	+

		УК-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи.	+	+
		УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки.	+	+
Общепрофессиональные компетенции (ОПК) и индикаторы их достижения:				
	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-5.3. Владеет навыками обработки информации и статистического анализа данных.	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Рабочей программой дисциплины «Статистика» практические занятия не предусмотрены.

6.2. Лабораторные занятия

Рабочей программой дисциплины предусмотрено проведение 4-х лабораторных занятий в объеме 16 часов (0,44 зач. ед.). Лабораторные занятия направлены на углубление теоретических знаний, полученных студентом на лекционных занятиях, формирование понимания связей между теоретическими положениями статистики и методологией решения практических задач по тематике лекций, приобретение навыков применения теоретических знаний в практической работе.

Каждая лабораторная работа оценивается максимально 20 баллов.

№ п.п.	Темы лабораторных занятий	Раздел
1	Абсолютные, относительные, средние величины в статистике.	1
2	Первичная обработка данных статистического наблюдения.	1
3	Обработка результатов выборочного наблюдения.	2
4	Корреляционный анализ. Регрессионный анализ. Парная линейная и нелинейная регрессия	2

7. самостоятельная работа

Рабочей программой дисциплины «Статистика» предусмотрена самостоятельная работа студента в объеме 40 часов (1,11 зач. ед.). Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- регулярную проработку пройденного на лекциях и лабораторных занятиях учебного материала и подготовку к выполнению лабораторных и контрольных работ по разделам дисциплины;
- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный рейтинговый контроль по дисциплине «Статистика» складывается из оценки двух контрольных работ (максимум 20 баллов) и оценки за лабораторный практикум (максимум 80 баллов).

Оценочные средства включают задания к контрольным работам (30 вариантов заданий к каждой из двух контрольных работ).

8.1. ТЕМЫ И ПРИМЕРЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Студенты самостоятельно выполняют две контрольные работы на темы:

1. Описательная статистика Расчет показателей описательной статистики.
2. Аналитическая статистика. Построение доверительного интервала случайной величины. Корреляционный и регрессионный анализ.

ПРИМЕРЫ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:

Раздел 1. Максимальная оценка – 10 баллов (по 5 баллов за каждую задачу).

Контрольная работа по теме «Описательная статистика».

Вариант №1

Выполнить задания:

1. Распределение студентов одного из факультетов по возрасту характеризуется следующими данными:

Возраст студентов, лет	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24	24-25	25-26
Число студентов	23	78	92	112	145	180	95	50	7

Необходимо:

- 1) дать графическое изображение ряда распределения в виде гистограммы, полигона частот и кумуляты;
- 2) вычислить среднюю величину возраста студентов факультета, медиану, моду, дисперсию и относительный показатель вариации;
- 3) определить показатель асимметрии.

2. Выпуск стального проката по сортам характеризуется следующими данными:

Сорт стального проката	Отпускная цена за 1 т, тыс. руб.	Выпуск, т	
		по плану	фактически
I	1,2	22 000	23 050
II	0,97	7 250	6 700

Определить:

- 1) удельный вес продукции каждого сорта по плану и фактически;
- 2) среднюю плановую и фактическую цены за 1 т проката.

Результаты оформить в виде таблицы и дополнить диаграммой.

Каждое задание выполнить на отдельном листе, задав имена листам *Задание №1* и *Задание №2*. Оформить карточку документа. Результат работы сохранить в файле *Эк-21_Вариант_№1_Фамилия.xls*

Раздел 2. Максимальная оценка – 10 баллов (по 5 баллов за каждую задачу).

Контрольная работа по теме «Аналитическая статистика».

Вариант №1

1. По группе предприятий за отчетный год имеются следующие данные:

№ предприятия	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Текучесть кадров, %	9,1	10,1	5,0	7,0	9,0	4,0	12,0	6,5	8,0	7,0	8,5	5,0
Годовая производительность труда работника, тыс. руб.	360	298	328	330	366	316	334	300	314	320	362	332

Необходимо:

1. построить диаграмму рассеяния;
 2. определить линейный коэффициент корреляции Пирсона и проверить его значимость;
 3. построить линейную модель и проверить гипотезу о значимости модели.
 4. построить нелинейную модель (полином второго порядка) и проверить гипотезу о значимости модели.
2. Из партии в 1 млн. шт. мелкокалиберных патронов путем случайного отбора взято для определения дальности боя 1000 шт. Результаты испытаний приведены в таблице:

Дальность боя, м	25	30	35	40	45	50
Число патронов, шт.	120	180	280	170	140	110

Определить с вероятностью 0,95 доверительный интервал, в котором находится среднее значение дальности боя.

9. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная

1. Годин, А. М. Статистика: учебник / А. М. Годин. – Москва: Дашков и К°, 2016. – 451 с.

В. Дополнительная

1. Равичев Л.В. Теория статистики. Описательная статистика: учеб. пособие. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2009. 48 с.
2. Теория статистики: учебник. // Под ред. Шмойловой Р.А. 3-е изд. перераб. и доп. М., Финансы и статистика 2007 г., 576 с.

3. Практикум по теории статистики: учебное пособие // Под ред. Шмойловой Р.А. М.: Финансы и статистика 2007 г., 387 с.

4. Елисеев И.И. Юзбашев М.М. Общая теория статистики: учебник. 4-е изд. доп. и перер. М.: Финансы и статистика 2000г., 464 с.

5. Теория статистики: учебник. /Под ред. Громыко Г.Л. М.: ИНФРА-М, 2000 г., 414 стр.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации.

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

Научно-технические журналы.

1. Научно-практический журнал «Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО». <https://www.tyuiu.ru/1028-2/folder-2005-06-10-5748944590/priglashaem-k-publikatsii-v-nauchnykh-izdaniyakh/ekonomika-statistika-i-informatika-vestnik-umo/>

2. "Вопросы статистики". ISSN2313-6383.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы дисциплины подготовлены следующие средства обеспечения освоения:

- электронные учебные издания и методические материалы по контрольным и лабораторным работам;
- компьютерные презентации лекций;

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>.

2. Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Система федеральных образовательных порталов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ict.edu.ru/>.

3. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». URL: <http://window.edu.ru/>.

Для освоения дисциплины используются следующие нормативные и нормативно-методические документы:

Для освоения дисциплины используются следующие нормативные и нормативно-методические документы (обновить даты обращения):

– 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](#) (дата обращения: 16.05.2022).

– 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> (дата обращения: 16.05.2022).

– 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> (дата обращения: 16.05.2022).

При освоении дисциплины студенты должны использовать информационные и информационно-образовательные ресурсы следующих порталов и сайтов:

– Система федеральных образовательных порталов. Система открытого образования. Консалтинговый центр ИОС ОО РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.openedu.ru> (дата обращения: 16.05.2022).

– Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». URL: <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 16.05.2022).

– ФЭПО: соответствие требованиям ФГОС [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fepo.i-exam.ru/> (дата обращения: 16.05.2022).

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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, лабораторных работ и самостоятельной работы студента.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Аудитория для лекционных занятий, библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Слайды презентаций для лекционного курса, печатные материалы для лекций и лабораторных работ.

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

Для чтения курса лекций имеются компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства; подключение к локальной сети с выходом в Интернет.

Для самостоятельной работы каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам), содержащим все издания основной литературы, перечисленные в рабочей программе дисциплины, сформированным на основании прямых договорных отношений с правообладателями.

Для проведения занятий при изучении дисциплины с применением электронного образования и дистанционных образовательных технологий используются компьютеры со средствами звуковоспроизведения, проектором, экраном и выходом в Интернет. Занятия проводятся в онлайн режиме с применением ЭИОС, Skype, Zoom, социальных сетей (ВК и др.), мессенджеров (WhatsApp и др.), электронной почты.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине, методические рекомендации к занятиям; раздаточный материал к лекционным курсам; электронные учебные издания, научно-популярные электронные издания.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционных курсов; учебно-методические разработки кафедры в электронном виде; буклеты и каталоги оборудования, технологические справочники; справочные материалы в печатном и электронном виде.

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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	14	бессрочно
2	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition.	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	14	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Форма, методы контроля и оценки
Раздел 1. Описательная статистика	<p>Знает предмет, методы и задачи статистики.</p> <p>Умеет рассчитывать: абсолютные и относительные величины; степенные и структурные средние; показатели вариации и формы распределения. Умеет строить ряды динамики; использовать статистические функции EXCEL.</p> <p>Владеет основами и методологией статистической обработки наблюдений, сводкой и группировкой статистических данных.</p>	<p>Первая лабораторная работа состоящая из решения двух статистических задач.</p> <p>Вторая лабораторная работа состоящая из решения двух статистических задач.</p> <p>Первая контрольная работа, состоящая из двух задач.</p>
Раздел 2. Аналитическая статистика	<p>Знает общие сведения о математическом моделировании эмпирических рядов</p>	<p>Третья лабораторная работа состоящая из решения двух статистических задач.</p>

	<p>распределения, основные законы распределения случайной величины.</p> <p>Умеет рассчитывать ошибку выборочного наблюдения, формировать выборочную совокупность, определять необходимый объем выборки, строить линейные и нелинейные регрессионные модели.</p> <p>Владеет методами корреляционного и регрессионного анализа, .</p>	<p>Четвертая лабораторная работа состоящая из решения двух статистических задач.</p> <p>Вторая контрольная работа.</p>
--	---	---

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 – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском химико-технологическом университете имени Д.И. Менделеева (утв. решением Ученого совета университета от 28.06.2017, протокол № 9);

- 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).

- университете имени Д.И. Менделеева (утв. решением Ученого совета университета от 28.06.2017, протокол № 9);

- 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
«Статистика»

Основной образовательной программы
38.03.02 Менеджмент

Профили подготовки «Маркетинг», «Менеджмент организации»

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от «__» _____ 20__ г.
2.		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»

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«30» июня 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Социально-экономическая статистика

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профили: «Маркетинг», «Менеджмент организации»

Квалификация бакалавр

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ **Н.А. Макаров**

Москва 2022

Программа составлена:

заведующим кафедрой процессов и аппаратов химической технологии, д.т.н.
Л.В. Равичевым

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры процессов и аппаратов
химической технологии
«02» июня 2022 г., протокол № 13

1. Цель и задачи дисциплины

Программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профили: «Маркетинг», «Менеджмент организации» рекомендаций методической комиссии, а также на основании накопленного опыта преподавания дисциплины в РХТУ.

Дисциплина «Социально-экономическая статистика» относится к базовой части учебного плана и рассчитана на изучение дисциплины в 5 семестре обучения. Программа базируется на компетенциях, полученных при изучении дисциплин «Математика», «Информатика», «Теория вероятности и математическая статистика», «Статистика».

Цель дисциплины - обеспечить студентов базовыми знаниями в области сбора, обработки и анализа данных, характеризующих экономическое и социальное развитие всех сфер общественной жизни.

Основными задачами дисциплины является формирование у студентов:

- абстрактно-математического образа мышления;
- навыков статистико-вероятностного способа оценки статистических утверждений;
- приобретение навыков применения теоретических законов к решению практических задач по обработке социально-экономической статистической информации.

Дисциплина «Социально-экономическая статистика» преподается в 5 семестре. Контроль успеваемости студентов ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Универсальные компетенции (УК) 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 методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности. УК-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие. УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.

	<p>УК-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи.</p> <p>УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки.</p>
Общепрофессиональные компетенции (ОПК) и индикаторы их достижения:	
Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
<p>ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.</p>	<p>ОПК-2.3. Владеет способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы, возникающие в ходе своей профессиональной деятельности.</p>
<p>ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.</p>	<p>ОПК-5.3. Владеет навыками обработки информации и статистического анализа данных.</p>

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

знать:

- предмет, методы и задачи социально-экономической статистики;
- основные задачи статистики населения, общественного продукта, национального богатства, финансов;
- общие сведения о математическом моделировании эмпирических рядов распределения.

уметь:

рассчитывать:

- экономические индексы, показатели естественного движения населения, показатели движения, состояния и использования основных производственных фондов.

владеть:

- основами и методологией статистической обработки наблюдений, сводкой и группировкой статистических данных;
- статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач;
- методами корреляционного и регрессионного анализа.

Дисциплина «Социально-экономическая статистика» является базовой дисциплиной учебного плана и преподается в пятом семестре обучения (форма итогового контроля – зачёт). Контроль успеваемости ведется по принятой в университете рейтинговой системе.

3. Объем дисциплины и виды учебной работы

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
Лабораторные занятия (ЛЗ)	0,44	16	12
Самостоятельная работа (СР)	1,12	40	30
Контрольные работы	0,56	20	15
Контактная самостоятельная работа	0,56	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		19,8	14,85
Вид итогового контроля:	Зачет		

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

	Раздел дисциплины	Часов академических
--	-------------------	---------------------

№ п/п		Всего	Лекции	Лабор. работы	Самостоятельная работа
	Введение.	1	1	-	-
	Раздел 1. Социально-экономическая статистика	35	7	8	20
1.1	Экономические индексы	6	1	1	4
1.2	Статистика населения	6	1	1	4
1.3	Статистика общественного продукта	6	2	1	3
1.4	Статистика национального богатства	6	1	2	3
1.5	Система национальных счетов	6	2	2	2
1.6	Статистика финансов	5	-	1	4
	Раздел 2. Математические модели в экономике	36	8	8	20
2.1	Общие сведения о математическом моделировании	6	2	2	2
2.2	Математические модели задач линейного программирования в экономике	10	2	2	6
2.3	Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений.	20	4	4	12
	Всего часов	72	16	16	40

4.2. Содержание разделов дисциплины

Введение. Статистика - методология сбора, обработки и интерпретации общественно-значимой социально-экономической информации. Предмет, методы и задачи социально-экономической статистики. Источники экономической статистической информации. Основные сведения из описательной статистики. Законы распределения случайной величины.

Раздел 1. Социально-экономическая статистика.

1.1. **Экономические индексы.** Классификация экономических индексов. Индивидуальные и агрегатные индексы цен, физического объема продукции, товарооборота, себестоимости, производительности труда. Средние индексы. Системы индексов. Индексы постоянного и переменного состава. Территориальные индексы.

1.2. **Статистика населения.** Основные задачи статистики населения. Определение численности населения и его плотности. Основные группировки населения. Показатели естественного движения населения. Показатели миграции населения. Расчет перспективной численности населения. Индекс стоимости жизни.

1.3. Статистика общественного продукта. Задачи статистики продукции. Стадии готовности продукции. Система показателей объема продукции промышленного предприятия. Оценка динамики ассортимента, качества и себестоимости продукции предприятия.

1.4. Статистика национального богатства. Понятие национального богатства. Классификация активов национального богатства. Статистика основных производственных фондов. Амортизация основных фондов. Балансы основных фондов. Показатели движения, состояния и использования основных фондов.

1.5. Система национальных счетов. Понятие, содержание и общие принципы построения СНС. Группировки и классификации в системе национальных счетов. Система макроэкономических показателей и методы их определения. Методология построения и анализа сводных счетов системы.

1.6 Статистика финансов. Статистика государственных финансов и налогов. Система статистических показателей финансовой деятельности предприятий. Статистические показатели денежного обращения, инфляции и цен.

Раздел 2. Математические модели в экономике.

2.1. Общие сведения о математическом моделировании. Классы моделей. Этапы построения математической модели. Системы уравнений математического описания. Виды математических моделей, предназначенных для моделирования социально-экономических процессов. Примеры математических моделей в экономике. Математическая модель трехсекторной экономики.

2.2. Математические модели задач линейного программирования в экономике. Задача использования ресурсов (сырья). Система уравнений математического описания, целевая функция, ограничения. Графическое решение задачи.

2.3. Статистическое изучение взаимосвязи социально-экономических явлений. Корреляционный анализ. Диаграмма рассеяния. Линейный коэффициент корреляции Пирсона. Проверка значимости коэффициента корреляции. Регрессионный анализ. Метод наименьших квадратов. Парная линейная регрессия. Анализ точности модели. Коэффициент детерминации. Стандартная ошибка модели. Стандартные ошибки коэффициентов модели. Проверка гипотез о значимости коэффициентов. Критерий Стьюдента. Проверка гипотезы о значимости модели. Нелинейная парная регрессия. Нелинейные модели парной регрессии и преобразование переменных.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2
	Знать:		
1	- предмет, методы и задачи экономической статистики;	+	
2	- основные задачи статистики населения, общественного продукта, национального богатства, финансов;	+	
3	- общие сведения о математическом моделировании эмпирических рядов распределения.		+
	Уметь:		
4	- рассчитывать экономические индексы, показатели естественного движения населения, показатели движения, состояния и использования основных производственных фондов.	+	+
	Владеть:		
5	- статистическими методами решения типовых организационно-управленческих задач;	+	+
6	- основами и методологией статистической обработки наблюдений, сводкой и группировкой статистических данных;	+	
7	- методами корреляционного и регрессионного анализа.		+
	В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие универсальные компетенции и индикаторы их достижения:		
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК	
8	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-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие.	+	+
		УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	+	+
		УК-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи.	+	+
		УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки.	+	+
Общепрофессиональные компетенции (ОПК) и индикаторы их достижения:				
	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК		
9	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-2.3. Владеет способностью анализировать социально значимые проблемы и процессы, возникающие в ходе своей профессиональной деятельности.	+	+
10	ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	ОПК-5.3. Владеет навыками обработки информации и статистического анализа данных.	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Рабочей программой дисциплины «Социально-экономическая статистика» практические занятия не предусмотрены.

6.2. ЛАБОРАТОРНЫЕ занятия

Рабочей программой дисциплины предусмотрено проведение 4-х лабораторных занятий в объеме 16 часов (0,44 зач. ед.). Лабораторные занятия направлены на углубление теоретических знаний, полученных студентом на лекционных занятиях, формирование понимания связей между теоретическими положениями статистики и методологией решения практических задач по тематике лекций, приобретение навыков применения теоретических знаний в практической работе.

Каждая лабораторная работа оценивается максимально 20 баллов.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Часы
1	1	Расчет экономических индексов	4
2	1	Расчет основных показателей статистики населения.	4
3	2	Математические модели задач линейного программирования в экономике.	4
4	2	Нелинейные модели парной регрессии.	4

7. самостоятельная работа

Рабочей программой дисциплины «Социально-экономическая статистика» предусмотрена самостоятельная работа студента в объеме 40 часов (1,11 зач. ед.). Самостоятельная работа проводится с целью углубления знаний по дисциплине и предусматривает:

- регулярную проработку пройденного на лекциях и лабораторных занятиях учебного материала и подготовку к выполнению лабораторных и контрольных работ по разделам дисциплины;
- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами.

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный рейтинговый контроль по дисциплине «Социально-экономическая статистика» складывается из оценки двух контрольных работ

(максимум 10 баллов за каждую) и оценки за лабораторный практикум (максимум 80 баллов).

Оценочные средства включают задания к контрольным работам (30 вариантов заданий к каждой из двух контрольных работ).

8.1. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Студенты выполняют две контрольные работы на темы:

1. Расчёт индивидуальных и агрегатных экономических индексов;
2. Расчёт показателей естественного движения населения. Расчет перспективной численности населения;
3. Расчет основных показателей статистики общественного продукта;
4. Расчет статистических показателей денежного обращения, инфляции и цен.

Тема 1, 2. Пример вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит два вопроса. Максимальная оценка – 10 баллов (по 5 баллов за каждый вопрос).

Вариант контрольной работы №1

Вопрос №1. Имеются следующие данные о реализации плодово-ягодной продукции в области:

Наименование товара	Июль		Август		Расчетные графы, тыс. руб.		
	цена за кг, руб. p_0	продано, т q_0	цена за кг, руб. p_1	продано, т q_1	$p_0 q_0$	$p_1 q_1$	$p_0 q_1$
Черешня	120	18	120	15	2160	1800	1800
Персики	110	22	10	27	2420	2700	2970
Виноград	90	20	70	24	1800	1680	2160
Итого	-	-	-	-	6380	6180	6930

Рассчитать агрегатные индексы.

Вопрос №2. Среднее число жителей города в 2004 году составляло 100000. Количество родившихся в этом году составило 500 человек, умерших – 400. Показатели миграции: прибыло 800 человек, убыло 1200. Оценить численность населения через десять лет, при условии сохранения естественного прироста населения и миграции на уровне 2004 года..

Тема 3, 4. Пример вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит два вопроса. Максимальная оценка – 10 баллов (по 5 баллов за каждый вопрос).

Вариант контрольной работы № 2

Вопрос №1. Имеются следующие данные об основных производственных фондах отрасли (млн.р.):

Полная стоимость на начало года	270,2
Сумма износа основных фондов на начало года	118,2
Введено в действие новых основных фондов	31,2
Выбыло за год по полной стоимости	17,2
и с по остаточной стоимости	3,2
Амортизация на реновацию	10,2%
Объем продукции за год	4720

Определить:

1. Полную и остаточную стоимость основных фондов на конец года.
2. Коэффициенты годности и износа на конец года.
3. Коэффициенты обновления и выбытия основных фондов за год.
4. Показатели фондоотдачи и фондоемкости.

Вопрос №2. С 10 августа по 10 ноября на сумму 213 тыс.руб. начисляются простые проценты по ставке 18% годовых. Ежемесячный темп инфляции 1,20; 1,15 и 1,40% соответственно. Рассчитайте наращенную сумму с учетом инфляции.

9. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

9.1. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

А. Основная литература

1. Иванов Ю.Н. Экономическая статистика. М.: ИНФРА-М, 2016. – 584 с.

Б. Дополнительная литература

1. Теория статистики: учебник. // Под ред. Шмойловой Р.А. 3-е изд. перераб. и доп. М., Финансы и статистика 2007 г., 576 с.

2. Равичев Л.В. Теория статистики. Описательная статистика: учеб. пособие. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2009. 48 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации.

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

Научно-технические журналы.

1. Научно-практический журнал «Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО». <https://www.tyuiu.ru/1028-2/folder-2005-06-10-5748944590/priglashaem-k-publikatsii-v-nauchnykh-izdaniyakh/ekonomika-statistika-i-informatika-vestnik-umo/>

2. "Вопросы статистики". ISSN2313-6383.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы дисциплины подготовлены следующие средства обеспечения освоения:

- электронные учебные издания и методические материалы по контрольным и лабораторным работам;
- компьютерные презентации лекций;

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> (дата обращения: 16.05.2022).

– 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> (дата обращения: 16.05.2022).

– 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> (дата обращения: 16.05.2022).

При освоении дисциплины студенты должны использовать информационные и информационно-образовательные ресурсы следующих порталов и сайтов:

– Система федеральных образовательных порталов. Система открытого образования. Консалтинговый центр ИОС ОО РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.openedu.ru> (дата обращения: 16.05.2022).

– Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». URL: <http://window.edu.ru/> (дата обращения: 16.05.2022).

– ФЭПО: соответствие требованиям ФГОС [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fepo.i-exam.ru/> (дата обращения: 16.05.2022).

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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, лабораторных работ и самостоятельной работы студента.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Аудитория для лекционных занятий, библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Слайды презентаций для лекционного курса, печатные материалы для лекций и лабораторных работ.

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

Для чтения курса лекций имеются компьютеры, информационно-телекоммуникационные сети, аппаратно-программные и аудиовизуальные средства; подключение к локальной сети с выходом в Интернет.

Для самостоятельной работы каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам), содержащим все издания основной литературы, перечисленные в рабочей программе дисциплины, сформированным на основании прямых договорных отношений с правообладателями.

Для проведения занятий при изучении дисциплины с применением электронного образования и дистанционных образовательных технологий используются компьютеры со средствами звуковоспроизведения, проектором, экраном и выходом в Интернет. Занятия проводятся в онлайн режиме с применением ЭИОС, Skype, Zoom, социальных сетей (ВК и др.), мессенджеров (WhatsApp и др.), электронной почты.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: учебные пособия по дисциплине, методические рекомендации к занятиям; раздаточный материал к лекционным курсам; электронные учебные издания, научно-популярные электронные издания.

Электронные образовательные ресурсы: электронные презентации к разделам лекционных курсов; учебно-методические разработки кафедры в электронном виде; буклеты и каталоги оборудования, технологические справочники; справочные материалы в печатном и электронном виде.

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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	14	бессрочно

2	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition.	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	14	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
---	--	---------------------------------------	----	--

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Форма, методы контроля и оценки
Раздел 1. Социально-экономическая статистика	<p>Знает предмет, методы и задачи социально-экономической статистики; основные задачи статистики населения, общественного продукта, национального богатства, финансов.</p> <p>Умеет рассчитывать: абсолютные и относительные величины, степенные и структурные средние, показатели вариации и формы распределения, экономические индексы, показатели естественного движения населения, показатели движения, состояния и использования основных производственных фондов.</p> <p>Владеет основами и методологией статистической обработки наблюдений, сводкой и группировкой статистических данных.</p>	<p>Первая лабораторная работа состоящая из решения двух статистических задач.</p> <p>Вторая лабораторная работа состоящая из решения двух статистических задач.</p> <p>Первая контрольная работа</p>
Раздел 2. Математические модели в экономике.	<p>Знает общие сведения о математическом моделировании эмпирических рядов распределения, основные законы распределения</p>	<p>Третья лабораторная работа состоящая из решения двух статистических задач.</p> <p>Четвертая лабораторная работа состоящая из решения</p>

	случайной величины. Умеет решать простейшие задачи линейного программирования, формировать выборочную совокупность, определять необходимый объем выборки, строить линейные и нелинейные регрессионные модели. Владеет методами корреляционного и регрессионного анализа.	двух статистических задач. Вторая 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 Минобрнауки РФ от 05.04.2017 № 301);

- Положением о Порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Российском химико-технологическом университете имени Д.И. Менделеева (утв. решением Ученого совета университета от 28.06.2017, протокол № 9);

- 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).

- 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).

- 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
«Социально-экономическая статистика»

Основной образовательной программы
38.03.02 Менеджмент

Профили подготовки «Маркетинг», «Менеджмент организации»

Форма обучения: очная

Номер изменения/ дополнения	Содержание дополнения/изменения	Основание внесения изменения/дополнения
1.		протокол заседания Ученого совета № _____ от «__» _____ 20__ г.
2.		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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

« ____ » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Информационные технологии в менеджменте»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

« ____ » _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена к.х.н., доцентом, профессором кафедры информационных компьютерных технологий **Мещеряковой Т.В.**

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
информационных компьютерных технологий РХТУ им. Д.И. Менделеева

(Наименование кафедры)

«13» мая 2022 г., протокол № 26.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Дисциплина **«Информационные технологии в менеджменте»** относится к обязательной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области информатики и информационных технологий, а также менеджмента.

Цель дисциплины – подготовка студентов в области информационного сопровождения научной деятельности, привитие навыков самостоятельного поиска химической информации в различных источниках.

Задачи дисциплины:

- обобщение знаний о современных автоматизированных информационно-поисковых системах (АИПС), их возможностях, способах взаимодействия с ними, выделение конкретных информационных технологий, необходимых для информационного обеспечения различных научных потребностей;
- обучение основным подходам для анализа полученных данных и использования их в своей профессиональной деятельности;
- формирование практических навыков информационного поиска с помощью технологий телекоммуникационного доступа и Интернет-технологий;
- обобщение знаний об интернете, как технологии, способов работы с ним и использования в профессиональной деятельности.

Дисциплина **«Информационные технологии в менеджменте»** 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 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-1.2 Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.3 Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; УК-1.4 Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи; УК-1.5 Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинств и недостатков.
----------------------------------	---	---

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) ОПК	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-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные	ОПК-5.1. Знает основные информационные технологии обработки информации.

	технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.	
--	---	--

В результате изучения дисциплины студент специалитета должен:

Знать:

- основные составляющие информационного обеспечения процесса сопровождения научной деятельности, понятия и термины;
- основные отечественные и зарубежные источники профильной информации;
- общие принципы получения, обработки и анализа научной информации;

Уметь:

- выделять конкретные информационные технологии, необходимые для информационного обеспечения различных научных потребностей;
- находить профильную информацию в различных отечественных и зарубежных информационных массивах;
- обрабатывать и анализировать данные с целью выявления релевантной информации,

Владеть:

- знаниями о современных автоматизированных информационно-поисковых системах (АИПС), их возможностях, способах взаимодействия с ними;
- практическими навыками информационного поиска с помощью технологий телекоммуникационного доступа и Интернет-технологий;
- основными подходами для анализа полученной данных и использования их в своей профессиональной деятельности.

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:	1,78	64	48
Лекции	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	0,89	32	24
Самостоятельная работа	2,22	80	60
Контактная самостоятельная работа	2,22	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		79,8	59,85

Вид контроля:

Зачет

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/ п	Раздел дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Лаб. раб.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Основные понятия и термины. Государственная система научно-технической информации. Информационные издания и Базы данных	27	6	6	15
1.1	Общие сведения, определения, понятия в области информационных технологий и информационных систем	13	3	3	7
1.2	Реферативные журналы. Описание основных существующих баз данных	14	3	3	8
2.	Раздел 2. Информационные ресурсы сети Internet. Отечественные источники информации по химии и смежным областям	27	6	6	15
2.1	АИПС Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) и АИПС STN-International	13	3	3	7
2.2	Виды источников информации, индексы цитирования, классификаторы, тематический поиск	14	3	3	8
3.	Раздел 3. Информационные ресурсы сети Internet. Зарубежные источники информации по химии и смежным областям	36	8	8	20
3.1	Обзор существующих зарубежных информационных источников в области химии, химической технологии и смежных наук	8	2	2	4
3.2	Информационные возможности ScienceDirect и электронного издания Американского химического общества	14	3	3	8
3.3	Зарубежные информационные системы агрегаторы научно-технической информации	14	3	3	8

4.	Раздел 4. Источники патентной информации	27	6	6	15
4.1	Основные понятия объектов интеллектуальной собственности	13	3	3	7
4.2	Отечественные и зарубежные автоматизированные информационно-поисковые системы патентной информации	14	3	3	8
5.	Раздел 5. Интернет как технология и информационный ресурс	27	6	6	15
5.1	Интернет как технология	13	3	3	7
5.2	Поисковые системы и энциклопедические порталы	14	3	3	8
	ИТОГО	144	32	32	80

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Основные понятия и термины. Государственная система научно-технической информации. Информационные издания и Базы данных.

1.1. Общие сведения, определения, понятия в области информационных технологий и информационных систем. Рассеяние и старение информации. Специфика информации по химии и химической технологии. Информационные системы (ИС) и информационные технологии. Структура и классификация ИС. Этапы развития информационных технологий. Виды информационных технологий. Информационные ресурсы. Автоматизированные информационно-поисковые системы (АИПС). Диалоговые поисковые системы: основные функции и возможности, способы доступа. Основные компоненты телекоммуникационного доступа к ресурсам АИПС. Алгоритм информационного поиска в режиме теледоступа. Выбор лексических единиц, использование логических и позиционных операторов. Информационно-поисковый язык. Логика и стратегия поиска.

1.2. Реферативные журналы. Описание основных существующих баз данных. Реферативные журналы: Реферативный журнал «Химия», «Chemical Abstracts». Структура, указатели, алгоритмы различных видов поиска. Базы данных (БД). Банки данных. Структура, функции, назначение. Типы баз данных и банков данных.

Раздел 2. Информационные ресурсы сети Internet. Отечественные источники информации по химии и смежным областям.

2.1. АИПС Всероссийского института научной и технической информации (ВИНИТИ) и АИПС STN-International. Основные Базы данных ВИНИТИ. Предметное содержание и наполнение. Структура документов в БД ВИНИТИ. Информационно-поисковый язык. Поисковая стратегия. Информационно-поисковая система STN-International. Особенности АИПС

STN-International. Организация и возможности поиска. Различные виды поиска: (STN-easy, STN Express, STN on the Web и др.).

2.2. Виды источников информации, индексы цитирования, классификаторы, тематический поиск. Знакомство с основными видами источников информации: монографии, диссертации, авторефераты, статьи, патенты, депонированные рукописи, тезисы конференций, сетевые публикации, стандарты и т.п. Особенности оформления ссылок на данные источники. Использование отечественных баз данных РГБ, ГПНТБ, ВИНТИ, РНБ и др. Использование возможностей библиотеки eLibrary. Индексы цитирования. Тематический поиск.

Раздел 3. Информационные ресурсы сети Internet. Зарубежные источники информации по химии и смежным областям.

3.1. Обзор существующих зарубежных информационных источников в области химии, химической технологии и смежных наук. Информационные порталы и сайты электронных изданий: сайт электронных журналов Американского химического общества, портал Informaworld издательства TAYLOR&FRANCIS, информационный портал SCIENCE DIRECT издательства ELSEVIER, порталы издательств SPRINGER, WILLEY&SONS и др.

3.2. Информационные возможности Science Direct и электронного издания Американского химического общества. Science Direct: поисковый интерфейс, поисковый язык, наукометрические функции, дополнительные функции. Электронные издания Американского химического общества. Общая характеристика. Информационные и поисковые возможности. Понятие DOI. Поисковый язык.

3.3. Зарубежные информационные системы агрегаторы научно-технической информации. Агрегаторы научно-технической информации Reaxys, Web of Science, Scopus, Google Academy. Индексы цитирования. Тематический поиск.

Раздел 4. Источники патентной информации.

4.1. Основные понятия объектов интеллектуальной собственности. Понятие объектов интеллектуальной собственности. Патентная документация как информационный массив. Основные понятия и определения в области патентования. Объекты изобретений. Патентное законодательство. Международная патентная классификация (МПК). Патентный поиск. Особенности и виды поиска.

4.2. Отечественные и зарубежные автоматизированные информационно-поисковые системы патентной информации. Характеристика, организация, возможности поиска. БД Федерального института промышленной собственности (ФИПС). Состав и возможности доступа. Структура патентного документа в БД. БД Американского патентного ведомства United States Patent and Trademark Office (USPTO). Состав БД USPTO. Возможности доступа. Структура патентного документа в БД. БД

ESPACENET. Коллекция патентных БД ESPACENET. Возможности доступа. Структура патентного документа в БД. Виды и возможности поиска.

Раздел 5. Интернет как технология и информационный ресурс.

5.1. Интернет как технология. Использование технологии вебинаров в учебном процессе. Совместная работа над документами и организации совместного онлайн пространства для научной работы. Эффект самоорганизации в глобальной компьютерной сети. Характеристика социальных сетей. Понятие о блогосфере. Использование систем контроля версий GiHub. Виды поисковых машин. Структура и принцип работы поисковых машин.

5.2. Поисковые системы и энциклопедические порталы. Поисковая система Google. Приемы поиска информации. Сервисы портала Google. Электронная почта Gmail и сервис GoogleTalk. Поиск научной информации в GoogleScholar. Автоматический переводчик веб-страниц. Энциклопедические порталы Интернет. Технология Wiki. История возникновения и структура свободной энциклопедии Wikipedia.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5
	Знать:					
1	– основные составляющие информационного обеспечения процесса сопровождения научной деятельности, понятия и термины	+				+
2	– основные отечественные и зарубежные источники профильной информации;		+	+	+	
3	– общие принципы получения, обработки и анализа научной информации	+				+
	Уметь:					
4	– выделять конкретные информационные технологии, необходимые для информационного обеспечения различных научных потребностей	+				+
5	– находить профильную информацию в различных отечественных и зарубежных информационных массивах		+	+	+	
6	– обрабатывать и анализировать данные с целью выявления релевантной информации		+	+	+	
	Владеть:					
7	– знаниями о современных автоматизированных информационно-поисковых системах (АИПС), их возможностях, способах взаимодействия с ними	+				
8	– практическими навыками информационного поиска с помощью технологий телекоммуникационного доступа и Интернет-технологий		+	+	+	+
9	– основными подходами для анализа полученной данных и использования их в своей профессиональной деятельности					+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <i>компетенции и индикаторы их достижения</i> :						
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК				

10	- 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-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие.	+	+	+	+	+
		- УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	+	+	+	+	+
		- УК-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи.	+	+	+	+	+
		- УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинств и недостатков.	+	+	+	+	+
Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК						

11	<p>- ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.</p>	<p>- ОПК-2.1. Знает инструменты поиска данных, необходимых для решения управленческих задач.</p>	+	+	+	+	+
	<p>ОПК-5. Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, – включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.</p>	<p>- ОПК-5.1. Знает основные информационные технологии обработки информации.</p>	+	+	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

Практические занятия по дисциплине не предусмотрены.

6.2 Лабораторные занятия

Лабораторные работы по дисциплине «*Информационные технологии в менеджменте*» выполняются в соответствии с Учебным планом в 6 семестре и занимают 32 акад. час. Лабораторные работы охватывают все разделы дисциплины и включают в себя 11 работ. В зависимости от трудоемкости включенных в лабораторные занятия работ их число может быть уменьшено. Выполнение лабораторных работ способствует закреплению материала, изучаемого в дисциплине «*Информационные технологии в менеджменте*», а также отработке навыков работы с различными интернет-ресурсами и технологиями.

Примерные темы лабораторных работ по дисциплине

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы лабораторных работ	Часы
1	1.1	Алгоритм информационного поиска в режиме удаленного доступа. Командный язык. Инфологическая модель. Выбор лексических единиц, использование логических и позиционных операторов. Составление логики и стратегии поиска.	3
2	1.2	Реферативный журнал «Химия», «Chemical Abstracts».	3
3	2.1	Централизованная система баз данных ВИНТИ. Организация и представление данных, критерии и режим поиска, командный язык. Информационно-поисковая система – STN-International.	3
4	2.2	Отечественные базы данных РГБ, ГПНТБ, РНБ и др. Электронная наукометрическая библиотека eLibrary.	3
5	3.1	Информационные порталы и сайты электронных изданий: сайт электронных журналов Американского химического общества, портал Informaworld издательства	3

		TAYLOR&FRANCIS, порталы издательств SPRINGER, WILEY&SONS и др.	
6	3.2	Платформа ELSEVIER. Электронные ресурсы портала Science Direct	4
7	3.3	Агрегаторы научно-технической информации Reaxys, Google Academy, а также информационные и наукометрические системы Web of Science, Scopus.	3
8	4.1, 4.2	Порядок и алгоритм проведения патентных исследований. <u>Автоматизированные информационно-поисковая система патентной документации Федерального института промышленной собственности (FIPS), структура Международной патентной классификации Б/Д</u>	3
9	4.2	Работа с патентной базой данных USPTO и коллекцией баз данных EP. ESPACENET	3
10	5.1	Информационные ресурсы Интернет: технологии вебинаров, совместная работа над документами и организации совместного онлайн пространства, блогосфера, социальные сети	3
11	5.2	Поисковая система Google. Сервисы портала Google. Электронная почта Gmail и сервис GoogleTalk. Поиск научной информации в GoogleScholar. Технология Wiki.	3

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

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

- регулярную проработку пройденного на лекциях 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;
- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса.

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), лабораторных работ (максимальная оценка 30 баллов) и написание реферата (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

Тема реферата обычно совпадает с темой выпускной квалификационной работы магистранта (по согласованию с преподавателем).

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольные работы (по одной контрольной работе по 2-4 разделам). Максимальная оценка за контрольные работы составляет по 10 баллов за каждую, всего 30 баллов.

Раздел 1.

Контрольных работ не предусмотрено.

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка —

10 баллов. Контрольная работа содержит 1 задание.

Задание 1. Выполнить поиск информации в российских источниках (ВИНИТИ, РГБ, eLibrary, STN-International) по заданным темам (найти по 3-4 публикации из каждого источника, итого не менее 10-15 публикаций):

- 1 Электролитические покрытия цинка / железо с высоким содержанием железа
- 2 Электроосаждение блестящих цинковых покрытий из сульфатного электролита
- 3 Электроосаждение медных и цинковых покрытий из электролитов на основе аминотриса (гидроксиметил)метана
- 4 Элементный состав и структура покрытий, нанесенных из электролитов цинкования на поверхность фольги электролитической меди
- 5 Влияние состава электролита и условий электролиза на формирование композиционных электрохимических покрытий с матрицей из цинка и никеля

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка —

10 баллов. Контрольная работа содержит 1 задание.

Задание 1. Выполнить поиск информации в зарубежных источниках (SCIENCE DIRECT, TAYLOR&FRANCIS, SPRINGER, Reaxys, Web of Science, Scopus, Google Academy) по заданным темам (найти по 2-4 публикации из каждого источника, итого не менее 10-15 публикаций):

- 1.Керамические пленки TiO_2 , полученные микроплазменным окислением.
Key words: Micro-plasma oxidation, TiO_2 ceramic films, Photocatalytic activity
2. Синтез TiO_2 керамических мембран.
Key words: Perovskites, TiO_2 ceramic membrane, Sol-gel method
3. Прозрачная керамика и стекло-керамические материалы для бронезащитного применения.
Key words: Transparent ceramic, стекло-керамика
4. Структура стеклокерамики из железо-никелевых отходов.
Keywords: Iron-rich glass-ceramic, Vitrification, Structure
5. Керамические и стеклокерамические лазеры.
Keywords: ceramic, glass-ceramic, lasers

Раздел 4. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Максимальная оценка —

10 баллов. Контрольная работа содержит 1 задание.

Задание 1. Выполнить поиск патентной информации в российской и зарубежных патентных базах (FIPS, USPTO, EP.ESPACENET) по теме, по автору, по данным патента (по № патента или по рубрике МПК). Найти

необходимые патенты, писать библиографическое описание каждого патента и при возможности, скачать полнотекстовый документ

Вариант 1

Провести поиск: по теме, по автору, патентный (по № патента или по рубрике МПК)

Механосинтез композиционных нанопорошков .
Сакардина Е.А.
МПК А61К 33/26

Вариант 2

Провести поиск: по теме, по автору, патентный (по № патента или по рубрике МПК)

Очистка оборотных растворов выщелачивания от фосфатов и фторидов.

Школьник В. С.
МПК А61К 33/10

Вариант 3

Провести поиск: по теме, по автору, патентный (по № патента или по рубрике МПК)

Фосфатный адсорбент.
Жарменов А. А.
Пат. 2549845 Россия

Вариант 4

Провести поиск: по теме, по автору, патентный (по № патента или по рубрике МПК)

Получение сжатого осушенного газа.
Кириченко А. С.
МПК А61Р 13/12

Вариант 5

Провести поиск: по теме, по автору, патентный (по № патента или по рубрике МПК)

Получение гранулированного без связующего цеолита NaY.
Беспалов В. П.
Пат. 2539984

Раздел 5.

Контрольных работ не предусмотрено.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (6 семестр – зачет).

Для итогового контроля данной дисциплины студентами выполняется самостоятельная работа (реферат) в часы, выделенные учебным планом на

самостоятельную работу, и сдаётся на последней неделе обучения. Максимальная оценка работы – 40 баллов.

Задание к самостоятельной работе (реферат) включает в себя проработку обучающимся источников информации по теме его выпускной квалификационной работе (ВКР) (по согласованию с преподавателем). Оценка работы складывается из совокупности факторов, описанных ниже.

По заданной тематике требуется найти необходимое количество литературных источников по различным типам, указанным ниже в таблице. Суммарное количество найденных источников должно быть в диапазоне от 20 до 40 штук. Поиск проводить в рассмотренных в течение семестра электронных ресурсах¹. Источники, которые есть **только в электронном виде**, не учитываются (сайты, онлайн-статьи и т.п.).

Тип публикации	Общее количество		Количество по источникам	
	Российски х	Иностранн .	Российски х	Иностранн .
Диссертации (полнотекст.)	5	5	1	1
Диссертации (ссылка + аннотация, автореферат)			1	1
Монографии (ссылка + аннотация + оглавление)			1	1
Монографии (полнотекст.)			1	1
Монографии (одна глава)			1	1
Статьи в научных журналах и сборниках (аннотация)	6	16	2	8
Статьи в научных журналах и сборниках (полнотекст.)			4	8
Патенты (ссылка + аннотация.)	RU – 2	EP – 2 US – 2	1	4
Патенты (полнотекст.)		Прочие – 2	1	2

Каждая ссылка должна быть снабжена индивидуальным номером и краткой информацией о месте нахождения, а также краткой аннотацией (если имеется).

¹ Также допустимо использование прочих электронных ресурсов в том случае, когда найдено недостаточное количество материалов с использованием рассмотренных в течение семестра.

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

8.4. Структура и пример экзаменационных билетов.

Экзамен по данной дисциплине в соответствии с Учебным планом не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

7. Зибарева И.В. Поиск химической информации в научно-технических базах данных. - Новосибирск: НИУНГУ, 2012. - 104 с.
8. Василенко Е.А., Рожкова О.Е., Мещерякова Т.В., Дикая Е.А. Информационные системы и базы данных в области химии: учеб. Пособие. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2011. – 188 с.
9. Защита интеллектуальной собственности: курс лекций / В.И. Петров. - КНИТУ. – Казань.- 2014.- 142с
10. Информационные системы [Электронный ресурс]: учебник для студентов учреждений высшего образования / С.А. Жданов, М.Л. Соболева, А.С. Алфимова - М.: Прометей, 2015. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785990626447.html> (дата обращения 18.07.2022)

Б. Дополнительная литература

- и Рагулин П. Г. Информационные технологии. [Электронный учебник] Режим доступа: <http://window.edu.ru/library/pdf2txt/007/41007/18312/page2> (дата обращения 18.07.2022)
- и ГОСТ Р15.011- 96 - Патентные исследования. Содержание и порядок проведения.
- и Коган В.А., Щербаков А.И. Поиск химической научно-технической информации: Учебно-методическое пособие. – Ростов-на-Дону, 2008. – 30с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.
- Презентации к лекциям.
- Методические рекомендации по выполнению практических заданий.
- Инструкции по технике безопасности в компьютерном классе.

Научно-технические журналы:

- Журнал «Вопросы биологической, медицинской и фармацевтической химии» ISSN 1560-9596
- Журнал «Информатика и образование» ISSN 0234-0453
- Журнал «Кибернетика и программирование» ISSN 2306-4196
- Журнал «Известия высших учебных заведений. Серия: Химия и химическая технология» ISSN 0579-2991
- Журнал «Нефтепереработка и нефтехимия. Научно-технические достижения и передовой опыт» ISSN 0233-5727
- Журнал «Теоретические основы химической технологии» ISSN 0040-3571
- Журнал «Химия в интересах устойчивого развития» ISSN 0869-8538

- Журнал «Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность» ISSN 0201-7069
- Журнал «Патенты и лицензии. Интеллектуальные права» ISSN 2413-5631

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

8. <http://www.viniti.ru/>
9. <https://www.sciencedirect.com/>
10. <https://www.scopus.com/>
11. <https://apps.webofknowledge.com/>
12. <https://www1.fips.ru>
13. <https://www.uspto.gov/>
14. <https://worldwide.espacenet.com/>
15. <http://www.chem.msu.ru/rus/library/> Информационный портал химфака МГУ

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации интерактивных лекций – 14 (общее число слайдов – 150);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 130);
- банк тестовых заданий для итогового контроля освоения дисциплины (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 01.01.2020 составляет 1715452 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 *«Информационные технологии в менеджменте»* проводятся в форме лекций, лабораторных работ и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Лекционная учебная аудитория, оборудованная электронными средствами демонстрации (компьютер, проектор, экран) и учебной мебелью; рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с выходом в сеть Интернет.

На кафедре информационных компьютерных технологий имеется 3 компьютерных класса в составе 20+16+16 персональных компьютеров с выходом в сеть Интернет.

На кафедре также имеются ноутбук, проектор и экран для демонстрации презентационных материалов лекций.

Библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, 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 лекционного курса. Демонстрационные материалы по курсу лекций.

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

Персональные компьютеры, с установленными операционными системами Linux или Windows 7, 8, 10; проекторы и экраны; локальная сеть с выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

Информационно-методические материалы: конспект лекций по дисциплине; раздаточный материал к разделам лекционного курса.

Электронные образовательные ресурсы: электронный конспект лекций по дисциплине, электронные презентации по темам лекционного курса;

учебно-методические разработки 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
<input type="checkbox"/>	Microsoft Windows 7 Pro	Microsoft Open License Номер лицензии 47837475 Номер лицензии ICM-170298	Неограниченно	бессрочно
<input type="checkbox"/>	Интернет-браузер Firefox	Бесплатный	Неограниченно	бессрочно
<input type="checkbox"/>	Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Контракт № 126-152ЭА/2018, Лицензия антивируса (продление на 2 года)	670	24.12.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Основные понятия и термины. Государственная система научно-технической информации. Информационные издания и Базы данных.</p>	<p><i>Знает:</i> 2 основные составляющие информационного обеспечения процесса сопровождения научной деятельности, понятия и термины; 3 общие принципы получения, обработки и анализа научной информации;</p> <p><i>Умеет</i> – выделять конкретные информационные технологии, необходимые для информационного обеспечения различных научных потребностей;</p> <p><i>Владеет:</i> 3. знаниями о современных автоматизированных информационно-поисковых системах (АИПС), их возможностях, способах взаимодействия с ними;</p>	<p>Оценки за лабораторные работы</p>
<p>Раздел 2. Информационные ресурсы сети Internet. Отечественные источники информации по химии и смежным областям.</p>	<p><i>Знает:</i> 8. основные отечественные и зарубежные источники профильной информации;</p> <p><i>Умеет</i> – находить профильную информацию в различных отечественных информационных массивах; – обрабатывать и анализировать данные с целью выявления релевантной информации;</p> <p><i>Владеет:</i> – практическими навыками информационного поиска с помощью технологий телекоммуникационного доступа и Интернет-технологий;</p>	<p>Оценки за лабораторные работы; Оценка за контрольную работу №1</p>
<p>Раздел 3. Информационные ресурсы сети Internet. Зарубежные источники информации по химии и</p>	<p><i>Знает:</i> 9. основные отечественные и зарубежные источники профильной информации;</p> <p><i>Умеет</i> – находить профильную информацию в различных зарубежных информационных массивах; – обрабатывать и анализировать данные с целью выявления релевантной информации;</p> <p><i>Владеет:</i></p>	<p>Оценки за лабораторные работы; Оценка за контрольную работу №2</p>

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
смежным областям.	4. практическими навыками информационного поиска с помощью технологий телекоммуникационного доступа и Интернет-технологий;	
Раздел 4. Источники патентной информации.	<p><i>Знает:</i> 10. основные отечественные и зарубежные источники профильной информации;</p> <p><i>Умеет</i> – находить профильную информацию в различных отечественных и зарубежных информационных массивах; – обрабатывать и анализировать данные с целью выявления релевантной информации;</p> <p><i>Владеет:</i> 5. практическими навыками информационного поиска с помощью технологий телекоммуникационного доступа и Интернет-технологий;</p>	Оценки за лабораторные работы; Оценка за контрольную работу №3
Раздел 5. Интернет как технология и информационный ресурс.	<p><i>Знает:</i> 4 общие принципы получения, обработки и анализа научной информации;</p> <p><i>Умеет</i> – выделять конкретные информационные технологии, необходимые для информационного обеспечения различных научных потребностей;</p> <p><i>Владеет:</i> – практическими навыками информационного поиска с помощью технологий телекоммуникационного доступа и Интернет-технологий; – основными подходами для анализа полученной данных и использования их в своей профессиональной деятельности.</p>	Оценки за лабораторные работы; Оценка за реферат

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
«Информационные технологии в менеджменте»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

« _____ » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Социально-политическая история России XX-XXI вв.»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

(Код и наименование направления подготовки)

Профили подготовки – «Менеджмент организации», «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

« _____ » _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. М.

Москва 2022

Программа составлена зав. кафедрой истории и политологии, доктором исторических наук, доцентом Селивёрстовой Н. М.

доцентом кафедры история и политология

Левченковой Т.А.,

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры истории и политологии РХТУ им. Д. И. Менделеева «18» мая 2022 г., протокол №9

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 **истории и политологии** РХТУ им. Д.И. Менделеева. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение I семестра.

Дисциплина **«Социально-политическая история России XX-XXI вв.»** относится к обязательной части I блока дисциплин учебного плана (Б1.О.015). Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области истории.

Цель дисциплины «Социально-политическая история России XX-XXI вв.»: приобретение студентами научных знаний в области социально-политической жизни общества через анализ истории России XX-XXI вв.

Задачи дисциплины заключаются в приобретении следующих знаний, развитии умений и навыков личности:

- формирование представлений об основных этапах социально-политической истории России в XX-XXI вв.;
- осмысление исторического опыта последнего столетия, изучение всей цепи социально-политических событий в их целостности, в причинно-следственных связях и противоречивых результатах;
- содействие политической социализации студенческой молодежи, формирование у студентов гражданских качеств, чувства патриотизма.

Дисциплина **«Социально-политическая история России XX-XXI вв.»** преподается в 4 семестре.

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 **универсальных компетенций и индикаторов их достижения:**

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Знает основные закономерности исторического процесса и этапы исторического развития России;</p> <p>УК-5.2. Знает нравственные ценности, представления о совершенном человеке в различных культурах;</p> <p>УК-5.3. Умеет осмысливать социально-политические процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;</p> <p>УК-5.4. Умеет грамотно вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по значимым философским проблемам современной жизни, опираясь на наработанный в истории философии материал.</p>

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные факты и события социально-политической истории России XX-XXI вв.;
- сущность, характер и особенности основных этапов социально-политической истории России новейшего времени;
- общие закономерности социально-политического процесса;
- место и роль различных социальных групп в обществе;
- влияние государства и отдельных общественно-политических сил на исторический процесс.

Уметь:

- анализировать и понимать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы исторического процесса;
- вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по актуальным социально-политическим событиям современной истории России;
- ориентироваться в системе современных социально-политических технологий;

- уметь определять специфику и место отдельных событий и явлений в социально-политической истории России XX-XXI вв.

Владеть:

- категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;
- методами социально-политического анализа общественной жизни;
- навыками политической культуры для выработки системного, целостного взгляда на социально-политические события.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад . ч.	Астр .ч.
Общая трудоемкость дисциплины	2	72	54
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,3	32	24
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Лекции	0,45	16	12
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,1	40	30
Контактная самостоятельная работа (АттК из УП для зач / зач с оц.)	1,1	0,2	0,1
Самостоятельное изучение разделов дисциплины (или другие виды самостоятельной работы)		39,8	29,9
Вид контроля:			
Зачет			
Контактная работа – промежуточная аттестация	0,006	0,2	0,1
Подготовка к зачету.			
Вид итогового контроля:		Зачет	

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов								
		Всего	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличи и)	Лекции	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличи и)	Прак. зан.	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличи и)	Лаб. работы	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличи и)	Сам. работа
1.	Раздел 1. Государство и политическая власть в истории России. (XX-XXI вв).	27	-	6	-	6	-	-	-	15
1.1	Предмет социально-политической истории России.	9	-	2	-	2	-	-	-	5
1.2	Государство в истории России (XX-XXI вв.).	9	-	2	-	2	-	-	-	5
1.3	Эволюция политического режима России в XX-XXI вв.	9	-	2	-	2	-	-	-	5
2.	Раздел 2. Основные социально-политические процессы в истории России XX-XXI вв. и их субъекты.	27	-	6	-	6	-	-	-	15
2.1	Идеологии и партии в социально-политической истории России XX-XXI вв.	9	-	2	-	2	-	-	-	5

2.2	Революции и реформы в новейшей истории России.	9	-	2	-	2	-	-	-	5
2.3	Характеристика социально-классовой структуры российского общества.	9	-	2	-	2	-	-	-	5
3.	Раздел 3. Национальные отношения в России XX-XXI вв. Внешняя политика России в новейшей истории.	18	-	4	-	4	-	-	-	10
3.1	Национальные отношения и национальная политика России XX-XXI вв.	9	-	2	-	2	-	-	-	5
3.2	Внешняя политика России (XX-XXI вв).	9	-	2	-	2	-	-	-	5
	ИТОГО	72	-	16	-	16	-	-	-	40
	Зачет									
	ИТОГО	72								

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Государство и политическая власть в истории России (XX-XXI вв).

1.1. Предмет социально-политической истории России.

Место социально-политической истории в системе исторического знания. Модели понимания и интерпретации социально-политического процесса. Понятийно-категориальный аппарат, методы, функции социально-политической истории. Традиции политического анализа исторического процесса в отечественной науке. Характер и особенности политической культуры России.

1.2. Государство в истории России (XX-XXI вв.).

Понятие государства и его функции. Формы правления и государственно-территориального устройства. Изменения форм правления и государственно-территориального устройства в истории России XX-XXI вв. Проблемы формирования и развития парламентаризма, правового государства и гражданского общества в России в XX-XXI вв.

1.3. Эволюция политического режима России в XX-XXI вв.

Понятие и типы политических режимов. Тоталитаризм, авторитаризм, демократия. Современные теории демократии.

Политический режим царской России. Политические режимы Советского государства. Политический режим современной России.

Раздел 2. Основные социально-политические процессы в истории России XX-XXI вв. и их субъекты.

2.1. Идеологии и партии в социально-политической истории России XX-XXI вв.

История становления партий и партийной системы в России. Партийная система современной России.

Характеристики основных идеологических течений современности и их отражение в истории России XX-XXI вв .

2.2. Революции и реформы в новейшей истории России.

Революция и реформы: понятие и сущность. Революции в российской истории и их последствия. Реформы XX века. Проблемы модернизации современной России. Реформирование современного российского общества: проблемы и перспективы.

2.3. Характеристика социально-классовой структуры российского общества.

Понятие социально-классовой структуры: сословия, классы, социальные группы. Трансформация социально-классовой структуры общества на различных этапах истории России.

Раздел 3. Национальные отношения в России XX-XXI вв. Внешняя политика России в новейшей истории.

3.1. Национальные отношения и национальная политика России XX-XXI вв.

Особенности формирования России как многонационального государства; характеристика ее национального состава. Национально-государственное строительство в России: от империи к федерации. Этнополитические процессы в современной России.

3.2. Внешняя политика России (XX-XXI вв).

Национальные интересы и внешняя политика. Внешняя политика России в начале XX века. Мировые войны и изменения в системе международных отношений. Внешняя политика России на современном этапе. Место и роль России в современном мире.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	- основные факты и события социально-политической истории России XX-XXI вв.;	+	+	+
2	- сущность, характер и особенности основных этапов социально-политической истории России новейшего времени;	+	+	
3	- общие закономерности социально-политического процесса;	+	+	+
4	- место и роль различных социальных групп в обществе;		+	+
5	- влияние государства и отдельных общественно-политических сил на исторический процесс.	+	+	+
	Уметь:			
6	- анализировать и понимать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы исторического процесса;	+	+	+
7	- вести дискуссию, аргументировано отстаивать свою позицию по актуальным социально-политическим событиям современной истории России;	+	+	+
8	- ориентироваться в системе современных социально-политических технологий;		+	+
9	- уметь определять специфику и место отдельных событий и явлений в социально-политической истории России XX-XXI вв.	+	+	+
	Владеть:			
10	- категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;	+	+	+
11	- методами социально-политического анализа общественной жизни;	+	+	+
12	- навыками политической культуры для выработки системного, целостного взгляда на социально-политические события.	+	+	+
13	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-	УК-5.1. Знает основные закономерности исторического процесса и этапы исторического развития России;		+

14	историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.2. Знает нравственные ценности, представления о совершенном человеке в различных культурах;	+	+	+
15		УК-5.3. Умеет осмысливать социально-политические процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма;	+	+	+
16		УК-5.4. Умеет грамотно вести дискуссию, аргументированно отстаивать свою позицию по значимым философским проблемам современной жизни, опираясь на наработанный в истории философии материал.	+	+	+

6. ПРАКТИЧЕСКИЕ И ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

6.1. Практические занятия

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы семинарских занятий	Часы
1	1.1.	Предмет социально-политической истории России.	2 акад. часа
2	1.2.	Характеристика Российского государства в XX-XXI вв.	2 акад. часа
3	1.3.	Эволюция политического режима России в XX-XXI вв. (Интерактивное занятие в форме дискуссии)	2 акад. часа
4	2.1.	Идеологии и партии в социально-политической истории России XX-XXI вв. (Интерактивное занятие в форме деловой игры).	2 акад. часа
5	2.2.	Революции и реформы в новейшей истории России.	2 акад. часа
6	2.3.	Характеристика социально-классовой структуры российского общества.	2 акад. часа
7	3.1.	Национальные отношения и национальная политика России XX-XXI вв. (Интерактивное занятие в форме дискуссии).	2 акад. часа.
8	3.2.	Внешняя политика России XX-XXI вв. (Интерактивное занятие в форме дискуссии).	2 акад. часа

7. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

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

- подготовку к выполнению контрольных работ по материалу лекционного курса;
- подготовку учебного материала к практическим занятиям;
- изучение рекомендованной литературы и работу с электронно-библиотечными системами.

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 (первая и вторая контрольная работа с максимальной оценкой 20 баллов, третья итоговая контрольная работа с максимальной оценкой 30 баллов) и реферата (максимальная оценка 30 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы. Максимальная оценка реферата – 20 баллов.

1. Характер и особенности социально-политического развития России.
2. Российская социально-политическая история в контексте общецивилизационного процесса.
3. Особенности политической культуры России.
4. Исторические особенности российской государственности :патернализм и этатизм.
5. Авторитарная традиция в российской политической истории.
6. Истоки тоталитаризма в СССР.
7. «Оттепель» середины 1950-х гг. в жизни советского общества.
8. Диссидентство 1960 – 1980-е гг.: истоки идей и влияние на советскую культуру.
9. Трансформация политического режима в СССР: от тоталитарного к посттоталитарному.
10. Причины распада Советского Союза.
11. Политический режим современной России.
12. Современный российский парламентаризм.
13. Церковь и государство: проблемы взаимоотношений (на примере конкретного исторического периода).
14. Социальная структура и социальная стратификация современного Российского общества.
15. Социально-политические реформы и демографические процессы в современной России.
16. Общественная жизнь России в начале XX века: традиции и новации.
17. Российское общество и революция 1905-1907 гг.
18. Альтернативы общественного развития страны в 1917 году.
19. Октябрьская революция: замысел и реальность.

20. Учредительное собрание в России и крах парламентской альтернативы.
21. Альтернативы развития: между Февралем и Октябрем 1917 г.
22. Социально-политические и экономические реформы в СССР периода перестройки: причины и последствия.
23. Реформаторы России XX века и их судьбы (С.Ю. Витте, П.А. Столыпин и др. (по выбору)).
24. Роль личности в истории: от Н. С. Хрущева до М. С. Горбачева.
25. Взаимосвязь между индустриализацией и коллективизацией в СССР (конец 20-х — 30-е гг. XX в.)
26. Строительство социализма в СССР в 30-е годы глазами западных наблюдателей.
27. Идейная и политическая борьба в 20-е годы XX века по вопросам развития страны.
28. Успехи и трудности развития советской химической науки в послевоенный период.
29. СССР в условиях «Холодной войны»
30. Оттепель: достижения и неудачи «великого десятилетия».
31. Место хрущевской «оттепели» в последующей истории страны.
32. Диссидентское движение в СССР. 70-е – 80-е гг.
33. Власть и общество в период развитого социализма. Итоги и уроки «застоя».
34. Особенности модернизации в современной России.
35. Национальный вопрос в Российской империи в начале XX века (до 1917г.).
36. Национально-государственное строительство. Создание СССР.
37. Сущность и основные причины этнополитических конфликтов.
38. Национальная политика в Российской Федерации.
39. Современные споры о международном кризисе 1939-1941 гг.
40. Дискуссии о Великой Отечественной войне в российском обществе.
41. Истоки победы советского народа в Великой Отечественной войне
42. Феномен советского патриотизма в годы Великой Отечественной войны.
43. Роль СССР в международной политике (на примере конкретного периода).
44. Перестройка в СССР: причины, стратегический смысл и цели.
45. Распад СССР: причины, этапы, динамика, последствия.
46. Участие России в решении глобальных проблем.
47. Международные отношения в условиях глобализации. Место России в современном мире.
48. Россия в начале XXI в.: проблемы, возможности и перспективы развития.
49. Восприятие России на Западе: мифы и реальность.
50. Россия в начале нового тысячелетия – поиск новых ориентиров.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы (по одной контрольной работе по каждому разделу). Контрольные работы (тестовые задания) по курсу проводятся по результатам изучения 1 и 2 разделов. По итогам изучения 3 раздела проводится итоговая самостоятельная письменная работа. Максимальная оценка за 1 и 2 контрольную работу – 20 баллов по два балла за каждый правильный вопрос, за 3 итоговую работу – 30 баллов, по три балла за вопрос.

Раздел 1. Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 2 балла за вопрос.

Вариант 1.

1. Политика в переводе с греческого означает:
 - а) власть народа;
 - б) общественный интерес;
 - в) общее дело;
 - г) искусство управления государством.

2. Признание обществом или его большей частью существующей власти характеризует ее:
 - а) легальность;
 - б) легитимность;
 - в) этатизм;
 - г) конформизм.

3. Государство отличается от других политических и социальных институтов:
 - а) тем, что обеспечивает и гарантирует материальное благополучие всем членам общества;
 - б) монополией на легальное применение силы;
 - в) осуществлением тотального контроля за всеми сферами жизни общества и личности;
 - г) высокой степенью легитимности власти.

4. Соотнесите мыслителей и их идеалы политического устройства в России:

1) Н. М. Карамзин;	а) конституционная монархия;	
2) Н. М. Муравьев;	б) парламентарная республика;	
3) П. Н. Пестель;	в) самодержавная монархия;	
4) В.	И.	Ленин;

- г) государство диктатуры пролетариата.

5. Каковы главные итоги Февральской революции:
 - а) пала монархия;
 - б) возникло двоевластие;
 - в) началась демократизация страны;
 - г) произошел созыв Учредительного собрания?

6. После Февральской революции были созданы новые органы власти:
 - а) Государственная Дума;

- б) Временное правительство;
 - в) Учредительное собрание;
 - г) Петроградский Совет рабочих и солдатских депутатов.
7. Как называется система управления, сложившаяся в ходе Февральской революции 1917 года?
- а) сословное представительство;
 - б) коалиционное правительство;
 - в) двоевластие.
8. Какова судьба Учредительного собрания:
- а) оно было распущено большевиками;
 - б) оно продолжало работу в течение января 1918 года;
 - в) оно было реорганизовано в коалиционное правительство?
9. Какие Декреты принял II Съезд Советов?
- а) декрет о мире, о земле, о власти;
 - б) декрет о создании ВЧК, ВЦИК, СНК;
 - в) декрет об отделении церкви от государства.
10. В какой форме была установлена советская власть?
- а) в форме диктатуры пролетариата;
 - б) в форме диктатуры буржуазии;
 - в) в форме союза рабочих и крестьян.
11. Поставьте в правильной хронологической последовательности следующие события:
- а) установление «двоевластия»;
 - б) провозглашение России республикой;
 - в) отречение Николая II от престола;
 - г) созыв II Съезда Советов.
12. Как назывались первые органы Советской власти, сформированные на II Всероссийском съезде Советов:
- а) Совет министров;
 - б) ВЦИК (Всероссийский Центральный Исполнительный Комитет);
 - в) Петроградский Совет рабочих и солдатских депутатов;
 - г) СНК (Совет Народных Комиссаров).
13. Установите соответствие терминов и их определений:
- | | |
|---------------|--|
| 1) республика | а) форма правления, при которой верховная государственная власть передается по наследству; |
| 2) монархия | б) способ организации государственной |

власти, при которой народ участвует
в ее формировании;

3) республика парламентская в) форма правления, при которой парламент формирует ответственное перед ним правительство и избирает президента;

4) республика президентская г) форма правления, при которой избираемый прямым голосованием президент юридически и фактически является главой государства и исполнительной власти.

14. В президентской республике правительство несёт ответственность перед:

а) парламентом;

б) президентом;

в) судом;

г) всеми вышеперечисленными органами власти.

15. В парламентской республике правительство несёт ответственность перед:

а) парламентом;

б) президентом;

в) судом;

г) всеми вышеперечисленными органами власти.

16. К политике военного коммунизма в 1918— 1920гг. относится:

а) торговля; свобода

в) всеобщая трудовая
повинность;

б) продналог с крестьян;

г) частное предпринимательство.

17. Действующая Конституция Российской Федерации была принята:

а) 7 октября 1977 г.

б) 19 августа 1991 г.

в) 25 апреля 1993 г.

г) 12 декабря 1993 г.

18. По Конституции РФ органом законодательной власти является:

а) Конституционный суд; б) Федеральное Собрание;

в) Правительство РФ; г) Верховный Совет.

19. Государственный орган, осуществляющий согласно Конституции РФ, исполнительную власть в России:
- а) Конституционный суд;
 - б) Правительство;
 - в) Совет Федерации;
 - г) Государственная Дума.
20. Как называется российский парламент?
- а) Государственная Дума;
 - б) Конституционное Собрание;
 - в) Совет Федерации;
 - г) Федеральное Собрание.
21. Аграрный строй в России в начале XX в. характеризовался.
- а) высоким уровнем товарности крестьянских хозяйств
 - б) отсутствием помещичьих хозяйств
 - в) преобладанием фермерских хозяйств
 - г) крестьянским малоземельем.
22. Что из перечисленного было характерно для экономического развития России в начале XX в.?
- а) изоляция от проникновения иностранного капитала
 - б) возникновение монополистических объединений
 - в) уравнильное распределение земли между крестьянами
 - г) начало складывания единого всероссийского рынка
23. Какие явления характеризовали развитие капитализма в России на рубеже XIX – XX вв.?
- а) развитое капиталистическое производство сельскохозяйственной продукции;
 - б) значительная роль государства в регулировании производства;
 - в) активное участие буржуазии в высших представительных органах государственной власти;
 - г) существование развитого рабочего законодательства.
24. Состояние экономики России в 1900 – 1903 гг. характеризовалось как:
- а) подъем;
 - б) спад;
 - в) кризис;
 - г) застой.
25. События русско-японской войны датируются:
- а) 1900 – 1903 гг.;
 - б) 1904 – 1905 гг.;
 - в) 1905 – 1907 гг.;
 - г) 1906 – 1907 гг.

Вариант 2.

1. Идея «маленькой победоносной войны» принадлежала:

- а) С.В.Зубатову;
 - б) С.Ю.Витте;
 - в) В.К.Плеве;
 - г) П.А.Столыпин.
2. Какое событие в январе 1904 г. стало началом русско-японской войны?
- а) обстрел японским флотом Владивостока;
 - б) высадка японского десанта на Камчатке;
 - в) захват японцами острова Сахалин;
 - г) обстрел японским флотом русской эскадры на рейде в Порт-Артуре.
3. По Портсмутскому мирному договору 1905 г. Россия:
- а) приобрела Крым;
 - б) потеряла Курильские острова;
 - в) присоединила территорию Финляндии;
 - г) потеряла Южный Сахалин.
4. Что было одной из причин Первой российской революции 1905-1907 гг.?
- а) тяжёлые условия труда и несправедливое положение промышленных рабочих;
 - б) поражение в Первой мировой войне;
 - в) проведение правительством национализации предприятий и банков;
 - г) нарастающий конфликт между царём и Государственной Думой.
5. Первая русская революция началась с:
- а) Обуховской обороны;
 - б) Декабрьского вооружённого восстания;
 - в) Стачки в Иваново-Вознесенске;
 - г) "Кровавого воскресенья".
6. Что из названного произошло в ходе революции 1905-1907 гг.?
- а) свержение монархии;
 - б) установление власти Советов по всей стране;
 - в) учреждение Государственной думы;
 - г) провозглашение России демократической республики.
7. Расположите в хронологическом порядке события революции 1905–1907 гг.
- а) Всероссийская политическая стачка;
 - б) деятельность I Государственной думы;
 - в) политическая стачка иваново-вознесенских текстильщиков;
 - г) роспуск II Государственной думы и публикация нового избирательного закона;
 - д) публикация Манифеста Николая II, даровавшего России политические права и свободы.
8. Первый Совет как орган самоуправления рабочих возник в ходе:
- а) восстания на броненосце «Потемкин»;

- б) забастовки на Путиловском заводе;
- в) после отречения Николая II;
- г) стачки рабочих в Иваново-Вознесенске.

9. Когда в годы первой русской революции произошло вооруженное восстание в Москве?

- а) в январе 1905 года ;
- б) в декабре 1905 года;
- в) в марте 1906 года;
- г) в октябре 1906 года.

10. Исходной датой возникновения легальных политических партий принято считать:

- а) 19 февраля 1861 г.;
- б) 17 октября 1905 г.;
- в) 3 июня 1907 г.;
- г) 2 марта 1917 г.

11. Установите соответствие между именами политических деятелей начала XX в. и возглавляемыми ими политическими партиями:

- | Имена: | Политические партии: |
|--------------------|---|
| 1. Дубровин А. И.; | а) Конституционно-демократическая партия; |
| 2. Чернов В. М.; | б) «Союз 17 октября»; |
| 3. Ленин В.И.; | в) «Союз русского народа»; |
| 4. Милюков П. Н.; | г) РСДРП(б) ; |
| 5. Гучков А. И. | д) Партия социалистов-революционеров. |

12. Когда была принята первая программа РСДРП(б)?

- а) на I съезде в 1898 г.;
- б) на II съезде в 1903 г.;
- в) на III съезде в 1905 г.;
- г) на VI съезде в 1917 г.

13. Какая из перечисленных ниже организаций принадлежала к числу монархических партий, созданных в 1905 – 1907 гг.?

- а) «Союз русского народа»;
- б) «Союз 17 октября»;
- в) «Союз освобождения»;
- г) «Союз спасения».

14. Какая из российских дореволюционных партий выступала за социализацию земли в качестве способа решения аграрного вопроса?

- а) октябристы;
- б) эсеры;
- в) кадеты;
- г) большевики.

15. Возникший в 1905 г. «Союз русского народа» характеризовало требование:

- а) сохранение самодержавия;
 - б) введения всеобщего избирательного права;
 - в) установления конституционной монархии;
 - г) равноправия народов.
16. 6 августа 1905 г. было опубликовано положение об учреждении законосовещательной Думы, разработанное в Министерстве внутренних дел. Разработкой данного законопроекта руководил:
- а) А. Г. Булыгин;
 - б) П.А. Столыпин;
 - в) С.Ю.Витте;
 - г) Дурново П.Н.
17. Создание в России представительного законосовещательного учреждения – Государственной думы – относится к царствованию:
- а) Александра I;
 - б) Николая II;
 - в) Александра III;
 - г) Николая I.
18. Царский Манифест о введении демократических свобод и учреждении Государственной думы был подписан
- а) 9 января 1905 г.;
 - б) 17 октября 1905 г.;
 - в) 1 августа 1914 г.;
 - г) 26 октября 1917 г.
19. В начале XX в. (до 1905 г.) Россия была:
- а) абсолютной монархией;
 - б) парламентской монархией;
 - в) республикой;
 - г) дуалистической республикой.
20. В каком году было положено начало аграрной реформе П. А. Столыпина?
- а) 1903 г.;
 - б) 1905 г.;
 - в) 1906 г.;
 - г) 1911 г.
21. Столыпинская аграрная реформа предусматривала:
- а) меры по укреплению крестьянской общины;
 - б) запрет переселения крестьян за Урал;
 - в) свободный выход крестьян из общины;
 - г) бесплатную передачу помещичьей земли крестьянам.
22. Разрушение сельской общины, организация хуторов и отрубов, переселение

крестьян на свободные земли проводились в рамках:

- а) первых мероприятий Советской власти;
- б) реформы управления государственными крестьянами П.Д. Киселева;
- в) аграрных преобразований П.А. Столыпина;
- г) «Великой реформы» 1861 г.

23. Какие из перечисленных событий относятся к периоду революции 1905 –1907 гг.?

- а) восстание на броненосце «Князь Потемкин Таврический»;
- б) созыв II Государственной Думы;
- в) Декабрьское вооруженное восстание в Москве;
- г) провозглашение России республикой;
- д) отречение Николая II.

24. Расположите в хронологическом порядке события, характеризующие историю первой мировой войны и участие в ней России.

- а) наступательная операция русской армии на Юго-Западном фронте – «Брусилловский прорыв»;
- б) Восточно-Прусская операция русской армии;
- в) подписание Брестского мира;
- г) убийство в Сараево эрцгерцога Франца-Фердинанда;
- д) объявление Германией войны России.

25. Союзники России в первой мировой войне:

- а) Германия, Япония;
- б) США, Франция;
- в) Болгария, Турция;
- г) Австро-Венгрия.

Вариант 3.

1. Что было одной из причин роста показателей промышленного развития СССР во второй половине 1960-х гг.?

- а) образование совнархозов;
- б) отказ от планового развития промышленности;
- в) проведение экономической реформы А.Н. Косыгина;
- г) распространение стахановского почина в промышленности.

2. Какая черта характеризовала экономику СССР в 1960-е – первой половине 1980-х гг.?

- а) первоочередное развитие легкой промышленности;
- б) преимущественное финансирование ВПК;
- в) возникновение частных банков;
- г) интенсивный характер развития экономики.

3. Программа освоения в СССР целинных и залежных земель была принята по инициативе:
- а) Н. С. Хрущева;
 - б) Л. И. Брежнева;
 - в) Ю. В. Андропова;
 - г) М.С. Горбачева.
4. Экономическая реформа А. Н. Косыгина проводилась в СССР в:
- а) 1949 – 1953 гг.;
 - б) 1956 – 1960 гг.;
 - в) 1965 – 1970 гг.;
 - г) 1985 – 1991 гг.
5. Как называлась эпоха потепления международных отношений в 1970-х гг.?
- а) «передышка»;
 - б) «перемирие»;
 - в) «вечный мир»;
 - г) «разрядка».
6. Советско-американские соглашения о контроле над стратегическими вооружениями и ограничении систем противоракетной обороны в 1972 г. в Москве подписали:
- а) Л.И. Брежнев и Р. Никсон;
 - б) И.В. Сталин и Г. Трумэн;
 - в) Н.С. Хрущев и Д. Кеннеди;
 - г) М.С. Горбачев и Р. Рейган.
7. Какое из названных событий вызвало обострение «холодной войны» в конце 1970-х гг.?
- а) возведение «берлинской стены»;
 - б) ввод советских войск в Афганистан;
 - в) Карибский кризис;
 - г) создание Организации Варшавского договора.
8. Что явилось результатом принятия Конституции СССР 1977 г.?
- а) создание Съезда народных депутатов СССР;
 - б) провозглашение курса на строительство социализма;
 - в) создание Государственной Думы;
 - г) закрепление законодательно руководящей роли КПСС.
9. Понятие «теневая экономика» связано:
- а) с экономической деятельностью ряда предприятий без учета контроля со стороны государства;
 - б) с коррупцией в высших эшелонах власти;

- в) с процессом слияния государственного аппарата с криминальным миром;
- г) с экономической деятельностью предприятий, отказавшихся от плановой экономики.

10. Понятия «перестройка», «гласность» связаны с именем руководителя СССР:

- а) Н. С. Хрущева;
- б) Л. И. Брежнева;
- в) Ю. В. Андропова;
- г) М.С. Горбачева.

11. Укажите причину перехода в СССР в середине 1980-х гг. к политике перестройки:

- а) резкое обострение международной обстановки;
- б) необходимость освоения территорий Сибири и Дальнего Востока;
- в) затяжной экономический и политический кризис в стране;
- г) массовые демонстрации населения.

12. Какое событие связано с внешней политикой М.С. Горбачева в годы перестройки?

- а) вывод войск из Афганистана;
- б) восстановление отношений с Югославией;
- в) ввод советских войск в Венгрию;
- г) Карибский кризис.

13. Политика, проводившаяся в СССР со второй половины 1980-х гг., утверждающая свободу слова, открытость деятельности всех организаций, доступность информации, получила название:

- а) политика диалога;
- б) информационной революции;
- в) гласности;
- г) политики открытых дверей.

14. «Новое политическое мышление» – это:

- а) реализация «Программы 500 дней» Г. Явлинского и С. Шаталина;
- б) программа перехода к рыночным отношениям;
- в) внешнеполитический курс М.С. Горбачева;
- г) реформа политической системы.

15. Заявление о том, что «ядерная война никогда не должна быть развязана, в ней не может быть победителей», сделали в середине 1980-х гг. в Рейкьявике президенты:

- а) Б.Н. Ельцин и Дж. Буш;
- б) Л.И. Брежнев и Р. Никсон;

- в) М.С. Горбачев и Р. Рейган;
- г) Н.С. Хрущев и Дж. Кеннеди.

16. Понятие «многопартийность» в отечественной истории второй половины XX в. связано с периодом:

- а) первого десятилетия после Великой Отечественной войны;
- б) «оттепели»;
- в) «застоя»;
- г) перестройки.

17. Законы «О кооперации в СССР», «Об аренде и арендных отношениях в СССР» были приняты в период, когда страной руководил:

- а) Л. И. Брежнев;
- б) Ю. В. Андропов;
- в) М. С. Горбачев;
- г) Б. Н. Ельцин.

18. Программа перехода СССР к рыночной экономике, названная «500 дней», разработана:

- а) Н. И. Рыжкова, Л. Абалкиным;
- б) Г. А. Явлинским, С. Шаталиным;
- в) Е. Т. Гайдаром, В. Павловым;
- г) М. С. Горбачевым, Б.Н. Ельциным.

19. Понятием «шоковая терапия» характеризуют политику правительства:

- а) С. В. Степашина;
- б) Е. Т. Гайдара;
- в) Н. И. Рыжкова;
- г) Е. М. Примакова.

20. Проводившаяся в России в начале 1990-х гг., передача или продажа в частную собственность ряда государственных предприятий называлась:

- а) национализацией;
- б) приватизацией;
- в) секуляризацией;
- г) репарацией.

21. Полученные гражданами России в начале 1990-х гг. ваучеры – это:

- а) облигации государственного займа;
- б) акции владельцев предприятий;
- в) приватизационные чеки;
- г) векселя.

22. Конституция РФ была принята 12 декабря 1993 г.:

- а) Президентом РФ;
- б) Верховным Советом РФ;
- в) Советом Федерации РФ;
- г) всенародным голосованием.

23. По Конституции РФ органом законодательной власти является:

- а) Конституционный суд;
- б) Федеральное Собрание;
- в) Правительство РФ;
- г) Верховный Совет.

24. Государственный орган осуществляющий согласно Конституции РФ исполнительную власть в России:

- а) Конституционный суд;
- б) Правительство;
- в) Совет Федерации;
- г) Государственная Дума.

25. Установите соответствие между событиями, явлениями и фамилиями руководителей, с деятельностью которых они связаны:

- | События, явления | Руководители |
|---|--------------------|
| а) создание действующей Конституции РФ; | 1. И. В. Сталин; |
| б) ввод советских войск в Афганистан; | 2. Л. И. Брежнев; |
| в) Карибский кризис; | 3. М. С. Горбачёв; |
| г) введение политики гласности. | 4. Б. Н. Ельцин; |
| | 5. Н. С. Хрущёв. |

Раздел 2. Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 2 балла за вопрос.

Вариант 1.

1. Процесс объединения единоличных крестьянских хозяйств в крупные общественные хозяйства назывался:

- а) национализацией; б) коллективизацией;
- в) кооперированием; г) социализацией.

2. Курс на сплошную коллективизацию означал:

- а) переселение рабочих в деревню; б) передачу всей земли совхозам;
- в) объединение единоличников в колхозы; г) создание крупных крестьян. ферм.

3. Отметьте итоги развития СССР в 1930-е гг.:
- а) сверхцентрализация экономической жизни;
 - б) резкий рост производства в тяжелой промышленности;
 - в) демократизация политической жизни;
 - г) возникновение и расцвет новых политических партий;
 - д) широкое применение мер внеэкономического принуждения.
4. Проникновение государства во все сферы общественной жизни характерно для следующего политического режима:
- а) демократического;
 - б) авторитарного;
 - в) тоталитарного;
 - г) легитимного.
5. Авторитаризм – это:
- а) политический режим, при котором власть концентрируется в руках небольшой группы лиц (семьи, клана, верхушки партии, политической элиты), однако сохраняются в ограниченном виде некоторые гражданские свободы;
 - б) режим, ориентированный на социальную и экономическую модернизацию;
 - в) политический режим, при котором народ является субъектом власти;
 - г) власть небольшой группы богатых и привилегированных людей.
6. Режим, основанный на признании народа в качестве источника власти, называется:
- а) демократическим;
 - б) авторитарным;
 - в) тоталитарным;
 - г) олигархическим
7. Установившийся в нашей стране в 1930-е годы политический режим был тоталитарным, так как (укажите лишнее):
- а) действовала однопартийная система ;
 - б) был установлен культ личности Сталина;
 - в) был создан репрессивный аппарат;
 - г) были установлены альтернативные выборы.
8. Созданная в 1930-е годы командно-административная система характеризовалась:
- а) подчинением экономики государству;
 - б) самостоятельностью производителей продукции ;
 - в) ограниченным вмешательством государства в экономику;
 - г) свободой предпринимательства.
9. Для периода застоя в СССР было характерно(а):
- а) увеличение численности населения;

- б) уничтожение привилегий партийно-государственного аппарата;
- в) повышение денежных доходов населения;
- г) регулярная сменяемость партийных кадров.

10. Отметьте черты внутриполитического режима СССР в период деятельности Л. И. Брежнева:

- а) осуществление принципа коллективности руководства;
- б) сокращение численности бюрократического аппарата;
- в) восстановление политических репрессий в объеме 1930 — 1940-х годов;
- г) стабильность внутриполитической обстановки.

11. К предпосылкам перехода к политике перестройки в СССР относится:

- а) резкое обострение международной обстановки;
- в) массовые демонстрации населения;
- г) необходимость освоения территории Сибири и Дальнего Востока;
- д) проблемы в снабжении продовольствием населения СССР.

12. Понятие «шоковая терапия» характеризуют политику правительства:

- а) С. Степашина;
- б) Е. Гайдара;
- в) Н. Рыжкова;
- г) Е. Примакова.

13. Укажите главный признак гражданского общества:

- а) народонаселение страны;
- б) граждане, имеющие право голоса;
- в) самоорганизация и самодеятельность граждан, независимая от власти;
- г) граждане, проживающие на определенной территории.

14. Что объединяет эти имена: М.Бакунин, П.Кропоткин, Ж.Прудон:

- а) теоретики сильной государственной власти;
- б) теоретики анархизма;
- в) теоретики правового государства;
- г) теоретики социального государства?

15. Соотнесите тип идеологии и соответствующее ей утверждение:

- | | |
|-----------------|---|
| 1) либерализм | а) цель — это уничтожение государства и замена |
| | принудительной власти свободной и добровольной ассоциацией граждан; |
| 2) консерватизм | б) цель — сохранение существующего общественного порядка, морально-правовых отношений, воплощённых в религии, семье, собственности; |
| 3) анархизм | в) цель - автономия личности и её первичность по отношению к обществу и государству; |

4) социал-демократия г) идеология, ценностями которой являются свобода, справедливость, равенство и солидарность.

16. Установите соответствие идейно-политических течений и их представителей:

- | | |
|----------------------|--------------|
| 1) коммунизм | а) Ленин; |
| 2) либерализм | б) Дубровин; |
| 3) консерватизм | в) Милюков; |
| 4) социал-демократия | г) Плеханов. |

17. Установите соответствие имен и направлений политической мысли:

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 1) Н. Я. Данилевский | а) либерализм |
| 2) В. И. Ленин | б) социализм |
| 3) А. С. Хомяков | в) славянофильство |
| 4) Б. Н. Чичерин | г) евразийство. |

18. Что объединяет эти имена: А.Герцен, Г.Плеханов, В.Ленин?

- а) теоретики правового государства;
- б) теоретики социализма;
- в) сторонники особого пути развития России;
- г) теоретики анархизма.

19. В советской общественной мысли господствовала идеология:

- а) позитивизма ;
- б) социал-реформизма;
- в) марксизма-ленинизма;
- г) либерализма.

20. Исходной датой возникновения легальных политических партий принято считать:

- а) 17 октября 1905 г.;
- б) 3 июня 1907 г.;
- в) 17 февраля 1917 г.;
- г) 3 октября 1917 г.

21. Установите соответствие между названиями периодов советской истории и их датами:

- | Периоды: | Даты: |
|---------------------|----------------|
| а) «оттепель»; | 1921-1928 гг.; |
| б) перестройка; | 1928-1941 гг.; |
| в) период «застоя»; | 1953-1964 гг.; |
| г) нэп. | 1964-1985 гг.; |
| | 1985-1991 гг. |

22. Поставьте в правильный хронологический порядок следующие события:

- а) провозглашение России республикой;
- б) Корниловский мятеж;

- в) открытие II Всероссийского съезда Советов;
- г) выборы в Учредительное собрание;
- д) создание Военно-революционного комитета;
- е) начало вооруженного восстания в Петрограде.

23. Какое событие произошло 1 сентября 1917 г.?

- а) созыв Демократического совещания;
- б) провозглашение России республикой;
- в) создание «Совета республики»;
- г) «Кровавое воскресенье».

24. 5 января 1918 г. открылось Учредительное собрание. Кто был избран его председателем?

- а) И. В. Сталин;
- б) Я. М. Свердлов;
- в) В. И. Ленин;
- г) В. М. Чернов.

25. Какая из названных военных операций была проведена в годы Первой мировой войны?

- а) оборона Шипки;
- б) Брусиловский прорыв;
- в) взятие крепости Измаил;
- г) оборона Порт-Артура.

Вариант 2.

1. Какова была цель создания Военно-революционного комитета?

- а) наведение в Петрограде общественного порядка;
- б) защита Петрограда от немецкого наступления;
- в) подготовка вооруженного восстания;
- г) разработка программы РСДРП(б).

2. Что из названного было принято на II Всероссийском съезде Советов в октябре 1917 г.?

- а) Конституция РСФСР;
- б) Декларация об образовании СССР;
- в) первый пятилетний план;
- г) Декрет о земле.

3. Как назывались первые органы Советской власти, сформированные на II Всероссийском съезде Советов?

- а) Военно-революционный комитет и Петроградский Совет рабочих и солдатских депутатов;

- б) Всероссийский Центральный Исполнительный Комитет (ВЦИК), Совет Народных Комиссаров (СНК);
 - в) Революционный Военный Совет Республики, ревтрибуналы;
 - г) Совет министров и Всероссийский съезд Советов.
4. Брестский мир - это мирный договор, заключённый Советской Россией
- а) с Финляндией;
 - б) с Германией;
 - в) с Польшей;
 - г) с Великобританией.
5. К причинам гражданской войны можно отнести:
- а) недовольство левых эсеров заключением Брестского мира;
 - б) разгон большевиками Учредительного собрания;
 - в) введение политики «военного коммунизма»;
 - г) попытки контрреволюционных сил вернуть дореволюционный порядок.
6. Осенью 1919 г. центральным фронтом борьбы с белым движением являлся:
- а) фронт А.И. Деникина;
 - б) фронт А.В. Колчака;
 - в) фронт Е.К. Миллера;
 - г) фронт Н.Н. Юденича.
7. Первой конной армией в годы Гражданской войны командовал:
- а) В. И. Чапаев;
 - б) М. Н. Тухачевский;
 - в) М. В. Фрунзе;
 - г) С. М. Буденный.
8. Что из названного было одной из причин поражения Белого движения в Гражданской войне?
- а) осуждение лидерами Белого движения иностранной интервенции;
 - б) необходимость сражаться на два фронта – против Красной Армии и против иностранных интервентов;
 - в) поддержка Антантой Красной Армии;
 - г) отсутствие политического единства среди лидеров Белого движения.
9. Назовите причины победы большевиков в гражданской войне:
- а) простота и доходчивость выдвинутых большевиками лозунгов;
 - б) стремление большевистского правительства возродить «единую и неделимую» Россию;
 - в) дискредитация лидеров белого движения связями с интервентами;
 - г) способность большевиков мобилизовать в короткий срок все ресурсы страны.

10. Что из перечисленного можно отнести к последствиям победы большевиков в Гражданской войне?

- а) провозглашение России республикой;
- б) образование комитетов бедноты (комбедов);
- в) утверждение однопартийной системы;
- г) установление двоевластия.

11. Социально-экономическая политика, проводившаяся советской властью в 1918–1920 гг., получила название:

- а) военного коммунизма;
- б) нэпа;
- в) коллективизации;
- г) индустриализации.

12. К политике «военного коммунизма» в Советской России в 1918 – 1920 гг. относится:

- а) всеобщая трудовая повинность;
- б) свобода рыночной торговли;
- в) частное предпринимательство;
- г) продналог с крестьян.

13. Обязательная сдача крестьянами государству сельскохозяйственной продукции получила в годы Гражданской войны в Советской России название:

- а) подоходный налог;
- б) продналог;
- в) продразвёрстка;
- г) концессия.

14. Выделите из перечисленных ниже черт те, которые НЕ относятся к политике «военного коммунизма»:

- а) введение продовольственного налога;
- б) введение продовольственной разверстки;
- в) национализация крупной, средней и мелкой промышленности;
- г) разрешение продавать на рынке излишки сельскохозяйственной продукции.

15. В результате проведения политики «военного коммунизма» Советской республике удалось:

- а) обеспечить рост промышленного производства;
- б) полностью обеспечить города продовольствием;
- в) сконцентрировать все ресурсы для победы в Гражданской войне;
- г) стабилизировать денежную систему страны.

16. В годы «военного коммунизма» в Советской России существовала:
- а) плата за коммунальные услуги (жилье, свет и др.);
 - б) свобода рыночной торговли;
 - в) продразверстка;
 - г) оплата труда на предприятиях в денежной форме.
17. Почему большевики решили отказаться от политики «военного коммунизма»?
- а) закончилась гражданская война и необходимость в такой политике отпала;
 - б) политика «военного коммунизма» противоречила представлениям большевиков о путях строительства социализма;
 - в) угроза лишиться власти;
 - г) «военный коммунизм» стал тормозить хозяйственное развитие страны.
18. О глубоком экономическом и социальном кризисе в 1921 г. свидетельствуют:
- а) восстание крестьян;
 - б) выступление армии;
 - в) выступления интеллигенции;
 - г) выступления рабочих.
19. Замена продразвёрстки продналогом ознаменовала переход советской власти к:
- а) новой экономической политике;
 - б) индустриализации страны;
 - в) коллективизации деревни;
 - г) военному коммунизму.
20. В период нэпа:
- а) была отменена государственная монополия внешней торговли;
 - б) введена всеобщая трудовая повинность;
 - в) была провозглашена свобода торговли;
 - г) земля и ее недра были переданы в частную собственность.
21. Какие изменения принесла новая экономическая политика?
- а) в трудовой политике вводился принцип рынка рабочей силы;
 - б) на смену единоличных пришли коллективные крестьянские хозяйства;
 - в) большинство крупных предприятий были денационализированы;
 - г) восстановлены товарно-денежные отношения.
22. Существовавшие в 1920 – 1930-е гг. в СССР народные комиссариаты – это:
- а) центральные органы государственного управления отраслью хозяйства или сферой деятельности;
 - б) органы ВЧК, отвечавшие за борьбу с контрреволюцией;

- в) отделы, проводившие политработу в войсках Красной Армии;
- г) органы городской милиции.

23. План объединения советских республик в составе РСФСР, предложенный И.В. Сталиным, получил название плана:

- а) автономизации;
- б) федерализации;
- в) советизации;
- г) интеграции.

24. Какие субъекты федерации вошли в состав СССР в декабре 1922 г.?

- а) Россия, Украина, Латвия, Литва, Белоруссия;
- б) РСФСР, УССР, БССР, ЗСФСР;
- в) Россия, Украина, Грузия, Азербайджан, Армения;
- г) Россия, Украина, Киргизия, Казахстан.

25. В Конституции 1924 г. СССР был провозглашен:

- а) федерацией республик;
- б) союзом автономий;
- в) конфедерацией регионов;
- г) унитарным государством.

Вариант 3.

1. Что из перечисленного характеризует механизм хозяйствования, сложившийся в 20 – 30-е гг. в СССР?

- а) четкое разграничение хозяйственных и партийных функций;
- б) чрезмерная централизация;
- в) всяческая поддержка самостоятельности и инициативы на местах;
- г) преимущественное развитие тяжелой промышленности.

2. Экономика в СССР в 1930-е гг. характеризовалась:

- а) предельным ограничением сферы деятельности рыночных механизмов;
- б) невмешательством государства в хозяйственную сферу;
- в) преимущественным развитием легкой промышленности;
- г) децентрализацией планирования и управления производством.

3. Что из перечисленного было одной из целей индустриализации конца 1920-х – 1930-х гг. в СССР?

- а) децентрализация экономики;
- б) создание условий для свободного предпринимательства;
- в) создание мощной оборонной промышленности;
- г) внедрение рыночных методов управления хозяйством.

4. Стахановское движение развернулось в СССР в:

- а) 1920-е гг.;
- б) 1930-е гг.;
- в) 1940-е гг.;
- г) 1950-е гг.

5. Какой съезд партии большевиков определил курс на коллективизацию?

- а) X съезд РКП (б) в 1921 г.;
- б) XIV съезд ВКП (б) в 1925 г.;
- в) XV съезд ВКП (б) в 1927 г.;
- г) XVII съезд ВКП (б) в 1934 г.

6. Укажите правильную хронологическую последовательность внешнеполитических событий 1920 – 1930-х гг.:

- а) Рапалльский договор с Германией;
- б) вступление СССР в Лигу Наций;
- в) начало «полосы дипломатического признания» СССР;
- г) заключение Пакта «Молотова-Раббинтропа».

7. В 1936 г. в жизни СССР произошло следующее событие:

- а) заключение Брестского мира;
- б) начало коллективизации;
- в) начало индустриализации;
- г) принятие новой Конституции.

8. В Конституции СССР 1936 г. декларировалось:

- а) построение в основном социалистического общества;
- б) построение развитого социалистического общества;
- в) начало строительства коммунизма;
- г) завершение периода нэпа.

9. С каким государством произошло вооруженное столкновение советских войск в районе реки Халкин-Гол?

- а) Монголия;
- б) Япония;
- в) Китай;
- г) Корея.

10. Сколько республик входило в состав СССР к 1941 г.?

- а) 17;
- б) 16;
- в) 4;
- г) 20.

11. К результатам советско-финской войны (ноябрь 1939 г. – март 1940 г.) относятся:

- а) присоединение территорий: Карельского перешейка и о. Ханко к СССР;
- б) утверждение в Финляндии Советской республики;
- в) исключение СССР из Лиги Наций;
- г) установление линии Керзона.

12. Когда началась вторая мировая война?

- а) в 1938 г. после раздела Чехословакии и аншлюса Австрии;
- б) 1 сентября 1939 г. после нападения Германии на Польшу;
- в) 22 июня 1941 г. после нападения Германии на СССР.
- г) после открытия второго фронта 6 июня 1944г.

13. Расположите события в хронологической последовательности:

- а) битва за Москву;
- б) Тегеранская конференция;
- в) оборона Брестской крепости;
- г) открытие второго фронта во Франции.

14. Какое из этих событий произошло раньше остальных?

- а) Курская битва
- б) битва за Москву
- в) битва за Днепр
- г) Тегеранская конференция.

15. В связи с какими событиями и когда был издан приказ Народного комиссара обороны Союза ССР №227, получивший название «ни шагу назад»?

- а) в сентябре 1941 г. в связи с наступлением немецких войск на Москву;
- б) в июле 1942 г. в связи с катастрофическим положением на Юго-Западном фронте;
- в) в ноябре 1942 г. в связи с началом наступления под Сталинградом;
- г) в связи с блокадой Ленинграда 8 сентября 1941 г.

16. Тегеранская конференция лидеров СССР, Великобритании и США состоялась в:

- а) декабре 1941 г.;
- б) декабре 1943 г.;
- в) январе 1944 г.;
- г) мае 1945 г.

17. Когда и где был открыт второй фронт в Европе странами антигитлеровской коалиции?

- а) в декабре 1942 г. на Балканах;
- б) в августе 1943 г. в Бельгии;

- в) в июне 1944 г. в Нормандии;
- г) в августе 1944 г. В Швеции.

18. 26 марта 1944 г. советские войска вышли к Государственной границе СССР. Где это произошло?

- а) на границе СССР и Восточной Пруссии;
- б) в районе Брест-Литовска;
- в) на границе СССР и Румынии;
- г) на границе СССР и Болгарии.

19. Какие черты НЕ характерны для советской идеологии послевоенного времени?

- а) борьба с космополитизмом;
- б) восстановление имперской идеологии;
- в) расширение демократических начал в литературе;
- г) политика «железного занавеса».

20. В каком году произошли следующие события – испытание первой в СССР атомной бомбы, создание Совета Экономической Взаимопомощи?

- а) 1945 г.;
- б) 1949 г.;
- в) 1955 г.;
- г) 1964 г.

21. Период в истории СССР с середины 1950-х гг. до середины 1960-х гг., характеризовавшийся началом обновления духовной жизни общества, разоблачением культа личности, назывался периодом:

- а) «деидеологизации»;
- б) «гласности»;
- в) «оттепели»;
- г) «нового политического мышления».

22. Разоблачение культа личности И.В. Сталина на XX съезде КПСС привело к:

- а) реабилитации жертв сталинских репрессий;
- б) проведению политики гласности;
- в) формированию многопартийности;
- г) принятию новой модели построения социализма в СССР.

23. "Совет экономической взаимопомощи" (СЭВ) – это:

- а) организация, созданная для оказания помощи экономически отстающим областям и республикам СССР;

- б) межправительственная экономическая организация, созданная в 1949 году в целях расширения экономического сотрудничества и торговли между социалистическими странами;
- в) организация экономической взаимопомощи развивающихся стран;
- г) организация экономического сотрудничества ведущих капиталистических стран Европы, а также США и Канады.

24. Расположите события в хронологической последовательности:

- а) XX съезд КПСС;
- б) Карибский кризис;
- в) Распад СССР, образование СНГ;
- г) смерть И. В. Сталина.

25. Что из перечисленного характеризовало экономику СССР в 1960 – 1964 гг.?

- а) деятельность совнархозов;
- б) существование акционерных банков;
- в) свободное хождение иностранной валюты;
- г) частная собственность на средства производства.

Раздел 3. Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Контрольная работа содержит 10 вопросов, по 3 балла за вопрос.

Вопросы к контрольной работе.

1. Раскройте предмет, методы и функции социально-политической истории.
2. Охарактеризуйте особенности российской политической культуры и ее влияние на развитие исторического процесса XX–XXI вв.
3. Дайте определение понятию политического режима. Назовите основные виды политических режимов. Как менялся политический режим в России в XX–XXI вв.?
4. Назовите основные признаки государства. Как менялись основные функции государства на различных этапах исторического развития России XX–XXI вв.?
5. Раскройте эволюцию форм государственного правления в России XX–XXI вв.
6. Как менялось государственно-территориальное устройство России в XX–XXI вв.
7. Раскройте понятие социально-классовая структура общества. Охарактеризуйте изменения социально-классовой структуры российского общества в XX–XXI вв.
8. Сравните понятие реформа и революции. Назовите революции в России в XX в.
9. Идеология: понятие, структура, функции. Основные типы идеологий в российской политической жизни.
10. Внешняя политика России в XX– XXI вв.
11. Какие проблемы, стоящие перед обществом, так и не смогло решить Временное правительство, созданное после Февральской революции 1917г.?

12. С сентября по октябрь 1917 г. происходила большевизация советов. Что представлял собой процесс большевизации советов? Почему меньшевики и эсеры потерпели поражение от большевиков в борьбе за лидерство в советах?
13. Когда состоялся II съезд Советов? Какие законодательные акты были приняты на II съезде Советов? Какие новые властные органы были созданы на II съезде Советов?
14. В чем заключаются преимущества советской республики как формы правления по сравнению с другими видами республик (с позиции советской идеологии)?
15. 5 января 1918 г. было создано Учредительное собрание. Какие партии были представлены в Учредительном собрании, каким было распределение депутатских мандатов? Почему было распущено Учредительное собрание? Были ли возможны иные варианты развития событий?
16. Каковы были причины Гражданской войны? Что такое интервенция? Какую роль сыграли страны Антанты в данном событии? Какими причинами было вызвано их вмешательство во внутренние дела России? Проследите основные этапы Гражданской войны. Каковы основные итоги Гражданской войны?
17. В чем заключается сущность политики «военного коммунизма»? Каковы были функции комбедов и продовольственных отрядов? Как восприняло данную политику население страны? Каковы результаты и последствия периода «военного коммунизма»?
18. Какие экономические, социальные и политические цели преследовало введение нэпа? В чём состояли причины перехода к новой экономической политике? Охарактеризуйте основные мероприятия НЭПа. Как понимали НЭП большевики и их политические оппоненты?
19. Существовали различные точки зрения на принципы образования нового государства. Под руководством И. В. Сталина, который занимал пост наркома по делам национальностей, был подготовлен так называемый «план автономизации». В чем состояло его содержание? Проект Сталина был подвергнут резкой критике со стороны Ленина. Каковы были аргументы Ленина? Какие принципы создания нового государства предлагал Ленин? Назовите причины, по которым ленинская позиция одержала победу?
20. Существовала ли взаимосвязь между форсированной индустриализацией и сплошной коллективизацией сельского хозяйства? Каковы особенности и результаты форсированной индустриализации в СССР в 30-е гг.? Каковы были главные причины коллективизации сельского хозяйства в СССР и каковы её результаты? Какой смысл вкладывался в понятие «культурная революция» и каковы её конкретные результаты?
21. Отличительной чертой сталинской модели индустриализации стал приоритет тяжелой промышленности (предприятий группы «А») над легкой (предприятиями группы «Б»). Объясните, какими причинами это было вызвано. К каким негативным последствиям привели диспропорции в развитии разных отраслей промышленности?

22. В 1930-е гг. в СССР завершается формирование политической системы, часто называемой тоталитаризмом. Перечислите основные черты тоталитарного режима. В чем Вы видите объективные причины утверждения в СССР тоталитарного режима? Какие субъективные факторы способствовали этому?
23. Как достигалось социально-политическое и духовное единство советского народа? В 1936 г. в СССР была принята новая Конституция («победившего социализма»). Почему в середине 1930-х гг. возникла необходимость в создании нового Основного закона?
24. 23 августа 1939 г. между СССР и Германией был заключен пакт о ненападении. В чем заключались условия этого договора и секретного протокола к нему? Какие причины заставили СССР резко изменить курс внешней политики и пойти на подписание договора с Германией? Какие точки зрения на данный шаг советского руководства Вам известны? Каковы были его положительные и отрицательные последствия?
25. Какие территории были присоединены к СССР в 1939-1940 гг.? При каких обстоятельствах это произошло? Какие оценки этих событий Вам известны?
26. Выделите основные этапы Великой Отечественной войны и назовите основные сражения.
27. Раскройте значение идеологического фактора в победе советских войск. Какую роль сыграла Коммунистическая партия и комсомол в этом процессе?
28. Одним из факторов, определивших победу СССР в войне, стала партизанская война в тылу. Какие способы борьбы с врагом использовали партизаны и подпольщики?
29. Изучите процесс формирования антигитлеровской коалиции. Какую помощь оказывали союзники СССР. Что такое ленд-лиз? Что такое Второй фронт? Когда он был открыт? Каково его значение и влияние на ход войны? Какой вклад внесли союзные войска в разгром гитлеровской Германии?
30. Каковы причины победы советского народа в Великой Отечественной войне? Почему данная война получила название Отечественной? В чем заключается историческое значение победы СССР?
31. Какие территориальные изменения произошли в результате Второй мировой войны? Каково содержание понятия «ялтинско-потсдамская система международных отношений»?
32. С какой целью правительство США подвергло атомной бомбардировке японские города Хиросиму и Нагасаки?
33. В послевоенное время в Европе сложились две системы: социалистическая и капиталистическая. Назовите страны, входившие в эти системы.
34. Каким образом шло восстановление народного хозяйства? Каковы были источники быстрого восстановления промышленности СССР после окончания войны?
35. Раскройте содержание понятия «холодная война»? Каковы ее истоки и сущность?

36. Изучите процесс создания двух военных организаций: НАТО (1949 г.) и ОВД (Организация Варшавского договора) (1955 г.). Какие цели преследовались при создании данных организаций?
37. Когда состоялся XX съезд КПСС, какие вопросы он рассматривал? Каково историческое значение данного съезда? Что такое «культ личности»? Насколько последовательной была борьба с последствиями культа личности Сталина? В чем заключался процесс дестанилизации общества?
38. На XXII съезде КПСС была принята новая Программа партии — программа построения коммунизма. Объясните положение программы о перерастании государства диктатуры пролетариата в общенародное государство. Какие задачи перед государством и обществом ставила новая программа? Насколько утопичны были поставленные цели? Раскройте содержание программы построения коммунистического общества в СССР.
39. На каком основании период нахождения у власти Н. С. Хрущева принято называть периодом «оттепели»? Насколько обосновано утверждение, что диссидентское движение выросло из хрущевской оттепели? Назовите известных вам представителей культуры данного периода и их произведения.
40. В 1954г. было начато освоение целинных и залежных земель. В литературе существует неоднозначная оценка данного решения. Выскажите свое мнение по данному вопросу, аргументируйте свою позицию.
41. В 1957г. произошла реорганизация системы управления промышленностью, были упразднены отраслевые министерства, созданы совнархозы. Несмотря на предпринятые действия, в начале 1960-х гг. произошло падение темпов роста промышленного производства и сельского хозяйства. Каковы были объективные и субъективные причины данного процесса?
42. Каким образом изменился международный климат в 1950-е гг.? Раскройте сущность политики мирного сосуществования.
43. Изучите основные научные дискуссии конца 1940-х – начала 1950-х гг. Одной из существенных черт данных дискуссий была их партийная направленность. Объясните причины данного факта. Почему кибернетика, генетика объявлялись буржуазными лженауками?
44. Во второй половине 1950-х – начале 1960-х гг. Советский Союз достиг огромных успехов в деле покорения космоса. 4 октября 1957 г. был запущен первый искусственный спутник Земли; 12 апреля 1961 г. Ю. А. Гагариным был совершен первый пилотируемый космический полет. Какие еще достижения советской науки данного периода вам известны?
45. Во второй половине XX века рухнула колониальная система. Покажите, какую поддержку оказывал Советский Союз странам третьего мира. Дайте определение понятию «национально-освободительное движение».
46. Как реализовывалась политика интернационализма в СССР?
47. Период правления Л. И. Брежнева, как правило, связывают с усилением позиций партийно-государственной номенклатуры. В чем это проявлялось?

48. На сентябрьском 1965 г. Пленуме ЦК КПСС были приняты основные направления реформы промышленности, которая получила название «реформы Косыгина». Раскройте содержание данной реформы. Каким образом осуществлялось взаимодействие предприятий и отраслевых министерств? Какие меры для поддержки товаропроизводителей предлагались? Что такое хозрасчет? Каковы причины неудач экономической реформы 1965 г.?
49. В 1977 г. была принята новая конституция СССР, которая получила название «конституции развитого социализма». Раскройте содержание термина «развитой социализм». Каковы были причины принятия новой конституции?
50. Социальная мобильность в СССР: иллюзия или реальность? Свою позицию аргументируйте.
51. Период правления Л. И. Брежнева принято называть «эпохой застоя». Раскройте содержание данного понятия.
52. Что такое «теневая экономика»? Что позволило ей сформироваться и активно функционировать?
53. Во внешней политике в 70-е годы XX века имела место разрядка международной напряженности, был достигнут военно-стратегический паритет между странами социалистического и капиталистического блока. Раскройте содержание этих явлений.
54. Каковы причины, цели, основные этапы и результаты перестройки?
55. Что подразумевают понятия «ускорение», «перестройка»? Какое влияние оказало внедрение гласности на изменение общественного сознания в СССР?
56. Раскройте основные направления внешней политики М.С. Горбачёва в период перестройки. Что означает понятие «Новое политическое мышление»?
57. В чём причины распада СССР? Можно ли было сохранить Советский Союз? Охарактеризуйте существующие точки зрения по данному вопросу.
58. В чем конкретно заключался план Е. Т. Гайдара «шоковая терапия»? Как он осуществлялся и что повлек за собой? Либеральные реформы 90-х гг. XX в. неизбежность или были другие альтернативы? Какими были основные достижения и провалы российских реформ 90-х годов?
59. Как определяется общественный строй, территориально-политическая организация государства и форма правления России по Конституции 1993г.? Контрольная работа оценивается 20 баллами.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины.

Итоговый контроль по дисциплине 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. Социально-политическая история России XX-XXI вв.: учеб.пособие / под ред. Захаровой Н. А. М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2012. 164 с.
2. Социально-политическая история России (XX-XXI вв.): тесты по курсу. М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2011. 40 с.

Б. Дополнительная литература

1. Захарова Н.А., Левченкова Т.А. и др. История России: учебно-методическое пособие для самостоятельной работы студентов/ Н. А. Захарова, Л. Б. Брежнева, М. А. Голланд, Т. А. Левченкова, Н. М. Селиверстова, О. В. Шемякина ;под ред. Н. А. Захаровой. М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2015. 99 с.
2. Отечественная история: учеб. пособие / Акылакунова А. К., Брежнева Л. Б., Захарова Н. А., Панкратьева И. А., Селиверстова Н. М. М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2007. 340 с.
3. Основы политологии: учебно-методическое пособие / под ред. Н.А. Захаровой. М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2010. 164 с.
4. Баранов Н. П. , Исаев Б.А. Политические отношения и политический процесс в современной России. СПб., 2011. 395 с.
5. Ланцов С. А. Политическая история России. СПб., 2009. 348 с.
6. Арендт Х. Истоки тоталитаризма: пер. с англ. М., 1996. 672 с.
7. Арон Р. Демократия и тоталитаризм: пер. с франц. М., 1993. 303 с.
8. Бердяев Н. Истоки и смысл русского коммунизма. М., 1990. 159 с.
9. Кулешов С. В., Свириденко Ю. П., Федулин А. А. Модернизация России (XIX–XX вв.): социальные и политические процессы: учеб. пособие для вузов. М., 2010. 207 с.
10. Мунчаев Ш. М. Политическая история России: от Смутного времени до Беловежской Пуши. М., 2009. 736 с.
11. Орлов И. Б. Политическая культура России XX века. М., 2008. 223 с.
12. Согрин В. В. Политическая история современной России. М., 2001. 260 с.
13. Федоркин Н. С. Политическая культура современной России: состояние, проблемы, пути трансформации. М., 2009. 168 с.

9.2. Рекомендуемые источники научной информации

– Презентации к лекциям.

Российская научная электронная библиотека (<http://www.elibrary.ru>)

Электронные версии журналов российских и зарубежных научных издательств. Доступ по IP-адресам РХТУ.

Научные журналы:

- Журнал «Вопросы истории» ISSN 0042-8779
- Журнал «Российская история» ISSN 0869-5687
- Электронный научно-образовательный журнал «История» ISSN 2079-8784 :
<http://history.jes.su/about.html>

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет (при необходимости):

– <http://www.archeologia.ru/>

Портал электронных информационных ресурсов по археологии и истории Евразии с древности до нового времени. Основу Портала составляет открытая электронная библиотека по археологии, истории и смежным дисциплинам, включающая в себя научные и научно-популярные издания, учебники, статьи, публикации исторических источников и материалов раскопок, отчёты.

– <http://Annales.info/sbo/contens/vi.htm>

Архив журнала «Вопросы истории»

– <http://www.hist.msu.ru/ER/index.html>

Библиотека электронных ресурсов исторического факультета Московского Государственного Университета им. М. В. Ломоносова. Представлена полнотекстовая коллекция исторических первоисточников разных периодов отечественной и мировой истории.

– <http://www.hrono.info/>

ХРОНОС — всемирная история в Интернете (ХРОНОС) — Хронологические таблицы с древнейших времен до настоящего времени. Библиотека: исторические источники, книги, статьи. Биографический и предметный указатели. Генеалогические таблицы. Страны и государства. Перечень исторических организаций. Религии мира. Методика преподавания истории. Всемирная история в интернете. Множество материалов по истории России: «Русское время», Русь начальная по векам, всемирная история множество биографических материалов по историческим личностям, тематические таблицы: афинские архонты, римские консулы, военно-политическая хронология франков, история папства, крестовые походы (1096—1270 гг.), кровавая смута 1605—1618 годов, великая французская революция, русская культура в XVIII—XIX веке, революция в России 1905—1907, первая мировая война, революция 1917 г. в России, хроника распада России в 1917 году, гражданская война 1918—1920 в России, вторая мировая война, СССР при Хрущёве, карибский кризис, перестройка, войны и военные конфликты XX века и многое другое.

– <http://historic.ru/>

Всемирная история — Новости. Энциклопедия. Библиотека по истории. Карты электронной библиотеки. Исследования. Поиск по сайту. Ссылки.

– <http://historic.ru/about/author.shtml>

Проект «Всемирная история» создан в образовательных целях. Включает накопленный за советский период материал в виде книг, изданных в СССР, царской России и дополнен текущими исследованиями по всемирной истории и новостными статьями.

– <http://old-rus.narod.ru/>

Древнерусские карты. Хронограф. Великие князья и цари. Русские патриархи и митрополиты. Служилые чины и звания. Власть в древней Руси. Статьи и исследования.

– <http://www.praviteli.org/>

Целью создания данного электронного ресурса является изложение истории России и Советского Союза в контексте архонтологии — исторической дисциплины, изучающей историю должностей в государственных, международных, политических, религиозных и других общественных структурах. В число политических деятелей, чьи краткие биографии представлены в «Правителях России и Советского Союза» включены в основном те, кто занимал государственные посты, эквивалентные современным понятиям «глава государства» и «глава правительства». Также представлена информация о структуре высшего руководства Коммунистической партии Советского Союза и ее предшественников.

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- компьютерные презентации лекций (общее число слайдов – 280);
- банк тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число вопросов – 250);
- банк тестовых заданий для итогового 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 01.01.2022 г. составляет 1 716 243 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 «*Социально-политическая история России XX-XXI вв.*» проводятся в форме лекций, практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

Аудитория, обеспеченная компьютером и мультимедийным проектором (обеспечение презентаций лекций и самостоятельных разработок студентов).

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Карты по истории.

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

Библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

11.4. Печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы:

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

Электронные образовательные ресурсы, электронные презентации к разделам лекционных курсов.

11.5. Перечень лицензионного программного обеспечения:

№ п/п	Наименование программного продукта	Реквизиты договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии	Возможность дистанционного использования
1	WINDOWS 8.1 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	бессрочно	Лицензия на операционную систему Microsoft Windows 8.1. ПО, не принимающее прямого участия в образовательных процессах.	Нет

2.	Microsoft Office Standard 2013	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	бессрочная	Лицензия на ПО, принимающее участие в образовательных процессах.	Нет
3.	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point • Outlook • OneNote • Access • Publisher • InfoPath 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)	Лицензия на ПО, принимающее участие в образовательных процессах.	Нет

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p style="text-align: center;">Раздел 1.</p> <p>Государство и политическая власть в истории России (XX-XXI вв).</p>	<p><i>Знает:</i> основные факты и события социально-политической истории России XX-XXI вв.; сущность, характер и особенности основных этапов социально-политической истории России новейшего времени; общие закономерности социально-политического процесса; место и роль различных социальных групп в обществе;</p>	<p>Оценка за контрольную работу №1. Оценка за реферат.</p>

	<p>влияние государства и отдельных общественно-политических сил на исторический процесс.</p> <p><i>умеет:</i> анализировать и понимать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы исторического процесса; вести дискуссию, аргументировано отстаивать свою позицию по актуальным социально-политическим событиям современной истории России;</p> <p>ориентироваться в системе современных социально-политических технологий; уметь определять специфику и место отдельных событий и явлений в социально-политической истории России XX-XXI вв.</p> <p><i>владеет:</i> категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины; методами социально-политического анализа общественной жизни; навыками политической культуры для выработки системного, целостного взгляда на социально-политические события.</p>	
<p>Раздел 2.</p> <p>Основные социально-политические процессы в истории России XX-XXI вв. и их субъекты.</p>	<p><i>Знает:</i> основные факты и события социально-политической истории России XX-XXI вв.; сущность, характер и особенности основных этапов социально-политической истории России новейшего времени;</p>	<p>Оценка за контрольную работу №2</p> <p>Оценка за реферат</p>

	<p>общие закономерности социально-политического процесса;</p> <p>место и роль различных социальных групп в обществе;</p> <p>влияние государства и отдельных общественно-политических сил на исторический процесс.</p> <p><i>умеет:</i> анализировать и понимать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы исторического процесса;</p> <p>вести дискуссию, аргументировано отстаивать свою позицию по актуальным социально-политическим событиям современной истории России;</p> <p>ориентироваться в системе современных социально-политических технологий;</p> <p>уметь определять специфику и место отдельных событий и явлений в социально-политической истории России XX-XXI вв.</p> <p><i>владеет:</i> категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины;</p> <p>методами социально-политического анализа общественной жизни;</p> <p>навыками политической культуры для выработки системного, целостного взгляда на социально-политические события.</p>	
--	---	--

<p style="text-align: center;">Раздел 3.</p> <p>Национальные отношения в России XX-XXI вв. Внешняя политика России в новейшей истории.</p>	<p><i>Знает:</i> основные факты и события социально-политической истории России XX-XXI вв.; сущность, характер и особенности основных этапов социально-политической истории России новейшего времени; общие закономерности социально-политического процесса; место и роль различных социальных групп в обществе; влияние государства и отдельных общественно-политических сил на исторический процесс.</p> <p><i>умеет:</i> анализировать и понимать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы исторического процесса; вести дискуссию, аргументировано отстаивать свою позицию по актуальным социально-политическим событиям современной истории России; ориентироваться в системе современных социально-политических технологий; уметь определять специфику и место отдельных событий и явлений в социально-политической истории России XX-XXI вв.</p> <p><i>владеет:</i> категориально-понятийным аппаратом изучаемой дисциплины; методами социально-политического анализа общественной жизни;</p>	<p>Оценка за контрольную работу №3</p> <p>Оценка за реферат</p>
---	--	---

	<p>навыками политической культуры для выработки системного, целостного взгляда на социально-политические события.</p>	
--	---	--

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 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
«Социально-политическая история России XX-XXI вв.»
для 38.03.02 «Менеджмент»
код и наименование направления подготовки (специальности)

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Экономическая теория и институциональная экономика»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом технических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Т.Н. Шушуновой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга
«01» июня 2022 г., протокол № 7

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:**

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:						
Лекции	2,67	96	1,33	48	1,33	48
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	156	1,67	60	2,67	96
Самостоятельное изучение разделов дисциплины						
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	117	1,67	45	2,67	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины						
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 нестабильности.	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).	<i>57</i>	<i>6</i>	<i>3</i>	-	<i>48</i>
2.	4.1. Предмет макроэкономики и макроэкономический анализ.	<i>19</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	-	<i>16</i>
3.	4.2. Отраслевая и секторальная структура национальной экономики	<i>19</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	-	<i>16</i>
4.	4.3. Измерение результатов экономической деятельности.	<i>19</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	-	<i>16</i>
5.	Раздел 5. Основы теории макроэкономического равновесия и макроэкономической неустойчивости.	<i>57</i>	<i>6</i>	<i>3</i>	-	<i>48</i>
6.	5.1. Общее макроэкономическое равновесие: модель совокупного спроса и совокупного предложения.	<i>19</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	-	<i>16</i>
7.	5.2. Деньги, их функции, денежное обращение.	<i>38</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	-	<i>32</i>
8.	Раздел 6. Макроэкономическая политика в открытой экономике и институциональная экономика.	<i>30</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	-	<i>24</i>
9.	6.1. Кредитно-денежная политика	<i>15</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	-	<i>12</i>
10.	6.2. Финансовая и налоговая системы	<i>15</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	-	<i>12</i>
	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. X-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 монопсонической властью. Источники монопсонической 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. Налогообложение земли. 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 транзакционных 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. Транзакционные и трансформационные издержки. Роль и виды транзакционных 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. Фридмена. 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 нестабильности. 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. Неокейнсианские 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 антitrustовское 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 неинституционализма.
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:

<p>«Утверждаю» зав.каф. МиМ (Должность, наименование кафедры)</p> <p>_____ Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия)</p> <p>«30» августа 2022г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра менеджмента и маркетинга</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг»</p>
	<p>Экономическая теория и институциональная экономика</p>
<p>Билет №11</p> <p>1. Кредит: понятие, виды и функции. Кредитная система.</p> <p>2. Институциональные изменения и зависимость от траектории развития.</p>	

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>. — Загл. с экрана.

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>. — Загл. с экрана

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>. — Загл. с экрана.

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>. — Загл. с экрана.

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>. — Загл. с экрана.

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>. — Загл. с экрана.

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>. — Загл. с экрана.

6. Войтов, А.Г. Экономическая теория: Учебник / А.Г. Войтов. - М.: Дашков и К, 2019. - 392 с.

7. 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/> 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 *«Экономическая теория и институциональная экономика»* 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Введение в экономическую теорию и институциональную экономику</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и концепции экономической теории и институциональной экономики. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса; – уметь применять на практике полученные знания при анализе формальных и качественных экономических моделей. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	<p>Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i></p>
<p>Раздел 2. Теоретические проблемы микроэкономики и институциональной экономики.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить анализ рынка, используя экономические модели; – использовать экономический инструментарий для анализа внешней и внутренней среды бизнеса. <p><i>Владеет:</i></p>	<p>Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i></p>

	<p>– методами работы с научно-технической, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по экономической теории и институциональной экономике.</p>	
<p>Раздел 3. Экономическая эффективность и несовершенство (провалы) рынка в экономической теории и институциональной экономики.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>– основные теоретические разработки по формированию моделей национального экономического развития в контексте международной экономической интеграции государств мирового сообщества.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>– уметь применять на практике полученные знания при анализе формальных и качественных экономических моделей;</p> <p>– 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.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и институциональной экономики.</p>	<p>Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i></p>
<p>Раздел 4. Общественное воспроизводство (национальная экономика).</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>– основные понятия и концепции экономической теории и институциональной экономики;</p> <p>– основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;</p> <p>– основные тенденции развития ведущих экономически развитых государств и основных групп развивающихся стран.</p> <p><i>Умеет:</i></p>	<p>Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i></p>

	<p>– использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и институциональной экономики.</p>	
<p>Раздел 5. Основы теории макроэкономического равновесия и макроэкономической нестабильности.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>– основные понятия и модели неоклассической и институциональной микроэкономической теории, макроэкономики и мировой экономики;</p> <p>– основные тенденции развития ведущих экономически развитых государств и основных групп развивающихся стран.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>– 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;</p> <p>– использовать экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и процессов, решения социальных и профессиональных задач.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– методами критического анализа и оценки современных научных достижений, генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач в области экономической теории и</p>	<p>Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i></p>

	<p>институциональной экономики; – навыками разработки новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области экономической теории и институциональной экономики</p>	
<p>Раздел 6. Макроэкономическая политика в открытой экономике и институциональная экономика</p>	<p><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.</p> <p><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.</p> <p><i>Владеет:</i> – навыками разработки новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в области экономической теории и институциональной экономики</p>	<p>Оценка за контрольную работу Оценка за <i>экзамен</i></p>

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 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
«Экономическая теория и институциональная экономика»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Экономика предприятия»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом технических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Т.Н. Шушуновой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга
«01» июня 2022 г., протокол № 7

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**:

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 основы экономической культуры, в том числе финансовой грамотности
		УК-10.2. Умеет использовать знания основ экономики при принятии обоснованных решений в различных областях деятельности
		УК-10.3. Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и</p>	<p>ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса</p>	<p>ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p> <p>В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и совершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>

<p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>	<p>и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>			
--	--	--	--	--

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 инновации. 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 ТРЕБОВАНИЯМ 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 основы экономической культуры, в том числе финансовой грамотности		+	+
		– УК-10.2. Умеет использовать знания основ экономики при принятии обоснованных решений в различных областях деятельности	+	+	+
		– УК-10.3. Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности		+	

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 коммерческой 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.
4. Экономика предприятия: учебник и практикум для академического бакалавриата / под ред. Г. В. Черновой, Н. Б. Болдыревой. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 348 с. – Серия: Бакалавр. Академический курс.
5. Экономика предприятия: учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Михайленко; – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 336 с. Серия: Бакалавр. Прикладной курс.

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «*Экономика предприятия*» 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Предприятие в системе рыночных отношений</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия; – основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – реально оценивать производственные возможности предприятия и организовать эффективную его деятельность; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками системного подхода к изучению проблем функционирования и развития предприятий и организаций 	<p>Оценка за работу на практических занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу № 1.</p>
<p>Раздел 2. Производственные ресурсы предприятия и эффективность их использования.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – экономический механизм и экономические показатели деятельности предприятия; – пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – принимать экономически обоснованные управленческие решения; – выполнять расчёты экономических показателей деятельности предприятия; – определять экономическую эффективность от внедрения организационно-экономических мероприятий. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – аналитическими приемами расчета эффективности систем управления сферами деятельности предприятия; – основами планирования и прогнозирования развития предприятия и организации и его отдельных функций. 	<p>Оценка за работу на практических занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу № 2.</p>

<p>Раздел 3. Основные показатели конечных результатов деятельности. Основные факторы развития предприятия.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики; – пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за работу на практических занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу № 3.</p>
--	--	---

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
«Экономика предприятия»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Деловые коммуникации»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена доцентом кафедры менеджмента и маркетинга И.А.
Ломакиной

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 **«Деловые коммуникации»** относится к базовой части учебного плана и рассчитана на изучение в 5 семестре для очной формы обучения и в 4 семестре для очно-заочной формы обучения. Программа предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области философии, психологии, русского языка и культуры речи

Цель дисциплины – формирование целостного и системного понимания функций, роли и принципов эффективной коммуникации у будущих специалистов в их практической деятельности. Данный курс содействует формированию лидерских и коммуникативных качеств, ответственности (в том числе личной, социальной и социокультурной), склонности и стремлению сотворчества и сотрудничества. Дисциплина помогает привить необходимые правила деловой этики и норм поведения, принятых в профессиональном сообществе.

Задачи дисциплины:

- освоение коммуникативного категориального аппарата, общих закономерностей, сходств и различий, видов, уровней и форм коммуникаций;
- изучение отечественного и зарубежного опыта проведения деловых встреч и переговоров;
- развитие практических навыков ведения деловых переговоров, встреч, совещаний, телефонных разговоров;
- понимание роли невербальных коммуникаций в процессе делового общения;
- изучение особенностей ведения переговоров и делового общения с иностранными партнерами в целях улучшения управленческих процессов.

Дисциплина **«Деловые коммуникации»** преподается в 5 (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:**

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 основные способы сочетаемости лексических единиц и основные словообразовательные модели, русские эквиваленты основных слов и выражений профессиональной речи
		УК-4.2. Знает основные приемы и методы реферирования и аннотирования литературы по специальности, приемы работы с оригинальной литературой по специальности
		УК-4.3. Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном языках
		УК-4.4. Владеет ведением деловой переписки с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках
		УК-4.5. Владеет навыками речевой деятельности применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации, основами публичной речи

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:

- основы теории межличностных отношений;
- деловой этикет и протокол;
- методы построения взаимоотношений с руководством и коллегами.

Уметь:

- планировать деятельность по организации межличностных отношений;
- общаться с людьми и понимать мотивы их поступков;
- осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах.

Владеть:

- навыками речевой деятельности применительно к сфере профессиональной коммуникации, основами публичной речи
- навыками подготовки организационных и распорядительных документов;
- поведенческими навыками и навыками разрешения конфликтов;
- практикой достижения согласия в деловых переговорах.

4. 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	2,12	76	57
Контактная самостоятельная работа	2,12	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		91,2	68,85
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. Понятие этикета, его виды.	16	2	2	-	12
2.	Тема 2. Устная коммуникация	30	4	4	-	20
3.	Тема 3. Письменная коммуникация	30	4	4	-	20
4.	Тема 4. Межличностные отношения	32	6	6	-	24
	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. Понятие этикета, его виды.	16	1	1	-	20
2.	Тема 2. Устная коммуникация	30	2	2	-	24
3.	Тема 3. Письменная коммуникация	30	2	2	-	24

4.	Тема 4. Межличностные отношения	32	3	3	-	24
	ИТОГО	108	8	8	--	92

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Деловой этикет» 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. Понятие этикета, его виды.

Проблемы этики и этикета в истории философской мысли. Виды этикета. Понятие делового этикета. Принципы делового этикета. Деловой протокол. Имидж, характер и репутация. Составные части имиджа. Внешний облик делового человека. Деловая одежда. Этика и культура делового застолья. Состав приглашенных. Место и время встречи. Как рассаживаться за столом. Застольные манеры. Кто должен платить по счету.

Раздел 2. Устная коммуникация

Культура речи: громкость, тембр, произношение, речевые привычки (слова-паразиты). Умение говорить, как составная часть имиджа. Приветствие, знакомство, обращение, представление, визитные карточки. Презентация: планирование - постановка цели презентации; изучение аудитории; подготовка содержания презентации; эффективное выступление. Другие виды публичных выступлений: подготовка, проведение. Переговоры: форматы переговоров, подготовка, проведение. Организация рабочего места при переговорном процессе. Даем, берем интервью. Навыки, необходимые при взятии интервью, неудобные вопросы. Телефонный этикет. Правила телефонных переговоров: когда звоните Вы; когда звонят Вам. Предложение товаров и услуг по телефону. Как правильно завершить телефонный разговор. Правила этикета при пользовании сотовыми телефонами.

Раздел 3. Письменная коммуникация.

Деловая переписка. Виды деловых писем. Конструктор письма. Характеристики текстов и методы их написания. План как общая концепция текста. Составление и анализ деловой корреспонденции: оформление, содержание. Типы деловых писем. Правила деловой переписки: аккуратность, быстрота, вежливость. Аккуратность подразумевает: проверку фактов, соблюдение правил литературного языка, логичность и последовательность в изложении. Быстрота: письмо посвящать одному вопросу, писать коротко и по существу, отвечать на письма в день получения. Правила написания заявлений, внутренних записок. Электронная почта. Канцеляризм и штампы в устной и письменной речи. Применение шаблонов и скриптов – плюсы и минусы. Смешанные формы (устная + письменная + визуальная) коммуникаций: видеоконференции, социальные сети, Skype, WhatsApp и др.

Раздел 4. Межличностные отношения.

Внутриорганизационный этикет: субординация. Деловое общение сверху вниз (устное поощрение сотрудника, высказывание недовольства работой сотрудника). Руководители и персонал. Внутриорганизационный этикет: деловое общение снизу вверх, по горизонтали. Основные виды деловых взаимодействий: вербальный и невербальный. Их роль в деловом общении. Идентификация, эмпатия и рефлексия – механизмы установления взаимопонимания в деловых отношениях. Психологические аспекты переговоров. Трактовка взгляда и невербального поведения партнера. Конфликтные ситуации в деловом общении. Способы разрешения конфликтов. Пространство делового общения: правила, приемы организации. Деловой этикет при трудоустройстве. Принципы сетевого этикета. Национальный этикет. Язык. Религия. Одежда. Рукопожатия. Курение. Еда. Жестикуляция. Особенности культур различных регионов и стран.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:				
1	деловой этикет и протокол	+			
2	основы теории межличностных отношений				+
3	методы построения взаимоотношений с руководством и коллегами		+	+	+
	Уметь:				
4	общаться с людьми и понимать мотивы их поступков				+
5	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах		+	+	
6	планировать деятельность по организации межличностных отношений	+	+	+	+
	Владеть:				
7	навыками подготовки организационных и распорядительных документов			+	+
8	поведенческими навыками и навыками разрешения конфликтов				+
9	практикой достижения согласия в деловых переговорах				+
10	навыками речевой деятельности применительно к сфере профессиональной коммуникации, основами публичной речи		+		
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные</u> компетенции и индикаторы их достижения:					
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК			
11	- УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации	- УК-4.1. Знает основные способы сочетаемости лексических единиц и основные словообразовательные модели, русские эквиваленты основных слов и выражений профессиональной речи;		+	+

	Федерации и иностранном (-ых) языке(ах)	- УК-4.2. Знает основные приемы и методы реферирования и аннотирования литературы по специальности, приемы работы с оригинальной литературой по специальности;		+	+	+
		- УК-4.3. Умеет использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном языках;		+	+	+
		- УК-4.4. Владеет ведением деловой переписки с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурных различий в формате корреспонденции на государственном и иностранном языках;		+	+	+
		- УК-4.5. Владеет навыками речевой деятельности применительно к сфере бытовой и профессиональной коммуникации, основами публичной речи.		+	+	+
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				
12	- 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

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Понятие этикета, его виды.	Подготовить краткие выступления по предложенным темам.	2
2	Раздел 2. Устная коммуникация	Подготовить различные виды публичных выступлений: презентацию, доклад, сообщение. Проинтервьюировать сокурсника. Разбор на занятии достоинств и недостатков этих выступлений	4
3	Раздел 3. Письменная коммуникация.	Подготовить разные виды деловых писем и распорядительных документов. Разбор содержания, структуры, цели писем и документов. Составление резюме.	4
4	Раздел 4. Межличностные взаимоотношения	Решение ситуационных задач и кейсов.	6

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1. Понятие этикета, его виды.	Подготовить краткие выступления по предложенным темам.	1
2	Раздел 2. Устная коммуникация	Подготовить различные виды публичных выступлений: презентацию, доклад, сообщение. Проинтервьюировать сокурсника. Разбор на занятии достоинств и недостатков этих выступлений	2
3	Раздел 3. Письменная коммуникация.	Подготовить разные виды деловых писем и распорядительных документов. Разбор содержания, структуры, цели писем и документов. Составление резюме.	2
4	Раздел 4. Межличностные взаимоотношения	Решение ситуационных задач и кейсов.	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

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольных работы. Максимальная оценка за контрольные работы составляет по 20 баллов за каждую. 20 баллов отводятся на практические занятия, 20 баллов отводятся на реферат и доклад по нему. Итого 100 баллов.

8.1. Примерная тематика реферата.

Максимальная оценка – 20 баллов.

1. Знакомство и приветствие. Визитная карточка
2. Деловой этикет в практике переговоров
3. Дарение и прием подарков
4. Дресс-код, деловой стиль
5. Деловые письма, виды и стили деловых писем
6. Телефонный этикет
7. Правила общения с адептами культа какой-либо конфессии в условиях делового приема или мероприятия
8. Этика и культура делового застолья
9. Канцеляризм и штампы в устной и письменной речи
10. Интервью: даем, берем. Искусство отвечать на вопросы

11. Особенности национального делового этикета (на примере: Европа, Америка, Юго-Восточная Азия, Россия)
12. Как произнести яркую речь. Виды публичного выступления
13. Принципы делового этикета в электронных коммуникациях
14. Конструктор делового письма
15. Скрипты и шаблоны: плюсы и минусы
16. Барьеры общения и коммуникативные неудачи
17. Структура беседы
18. Культура речи: темп, внятность, слова-паразиты, слова и выражения-шаблоны
19. Публичное выступление. Кто ты, мой слушатель? (ориентация на аудиторию)
20. Внутриорганизационный этикет: субординация. Деловое общение сверху вниз (устное поощрение сотрудника, высказывание недовольства работой сотрудника)
21. Внутриорганизационный этикет: деловое общение снизу вверх, по горизонтали
22. Основные виды деловых взаимодействий: вербальный и невербальный. Их роль в деловом общении
23. Идентификация, эмпатия и рефлексия – механизмы установления взаимопонимания в деловых отношениях
24. Конфликтные ситуации в деловом общении. Способы разрешения конфликтов
25. Пространство делового общения: правила, приемы организации
26. История развития деловых коммуникаций
27. Деловой этикет при трудоустройстве
28. Принципы сетевого этикета

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Тема 1, 2. *Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка – 20 баллов.*

1. Понятие «общение», «коммуникация».
2. Структурные компоненты общения.
3. Раскройте основные характеристики видов речи.
4. Понятие и значение коммуникаций.
5. Виды коммуникаций и их характеристика.
6. Основные элементы коммуникационного процесса.
7. Значение ораторского искусства в сфере деловых коммуникаций.
8. Устная деловая речь: правила успешного построения.
9. Интервью: процесс организации и проведения.
10. Деловая беседа как основная форма делового общения.
11. Публичное выступление как форма делового общения.

12. Какова роль деловых коммуникаций в жизни человека?
13. Укажите функции и виды коммуникации.
14. Обозначьте основные отличия деловых коммуникаций от повседневных.
15. Какую скрытую информацию можно извлечь из того, что человек говорит?
16. Протокольные мероприятия: правила организации и проведения.
17. Значение деловых коммуникаций в профессиональной сфере.
18. Порядок формирования убедительной аргументации.
19. Правильная постановка вопросов и ответов на них.
20. Подготовка делового совещания: выбор подходящего стиля.
21. Правила успешного дискутирования в профессиональной сфере.
22. Правила ведения делового телефонного разговора.
23. Эффективные способы опровержения доводов оппонента.
24. Ключевые элементы делового этикета в профессиональной сфере.
25. Значение и правила вербальных и невербальных коммуникаций.
26. Канцеляризмы и штампы в устной речи.
27. Основные требования, предъявляемые к деловой речи.
28. Характеристика видов речи: монолог, диалог, презентация, интервью.
29. Отличительные особенности письменной деловой речи.
30. Понятия логической культуры речи.
31. Особенности применения законов логики в деловой речи.
32. Понятие аргумент, умозаключение.
23. Искусство рассуждать и убеждать.
33. Сочетание логики и аргументации.
34. Способы опровержения доводов оппонента.
35. Краткая характеристика каждого вида делового общения: переговоры, совещание, деловая встреча, телефонный разговор и т.д.

Тема 3. *Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка – 20 баллов.*

1. Современные формы и средства коммуникаций в профессиональной сфере.
2. Особенности документооборота в современных организациях.
3. Безопасные способы хранения документов.
4. Виды деловых писем.
5. Конструктор письма.
6. Характеристики текстов и методы их написания.
7. План как общая концепция текста.
8. Составление и анализ деловой корреспонденции: оформление, содержание.
9. Типы деловых писем.
10. Правила написания заявлений, внутренних записок.

11. Электронная почта
12. Канцеляризмы и штампы в письменной речи.
13. Шаблоны и скрипты – плюсы и минусы
14. Написание резюме

Тема 4. *Примеры вопросов к контрольной работе № 3. Максимальная оценка – 20 баллов.*

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 жестикуляции различных национальностей.
6. Охарактеризуйте основные виды барьеров коммуникации.
7. Эффективные способы устранения коммуникационных барьеров в профессиональной сфере.
8. Каковы факторы, затрудняющие адекватное восприятие в коммуникации?
9. Охарактеризуйте 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. Дайте определение методу принципиальных переговоров.
14. Каковы стадии переговорного процесса?
15. В чем суть переговоров с позиции силы и с позиции слабости?
16. Охарактеризуйте виды деловых совещаний.
17. Каковы типичные затруднения при публичном выступлении?
18. Охарактеризуйте индивидуальные различия коммуникативного поведения.
19. Роли участников коммуникационного процесса.
20. Коммуникативные барьеры общения.
21. Психологические барьеры общения.
22. Переговорный процесс: сущность, этапы.
23. Метод принципиальных переговоров.
24. Прием посетителей: рационализация процесса.
25. Стили ведения деловых переговоров (на примере европейских и азиатских стран).
26. Специфика ведения деловых переговоров в России в профессиональной сфере.
27. Правила организации аналитической работы после проведения деловых переговоров в профессиональной сфере.

28. Основные трудности при ведении деловых переговоров в профессиональной сфере.

29. Разновидности барьеров в межличностных коммуникациях и их характеристика.

8.2. Примеры практических заданий для текущего контроля освоения дисциплины

Тема 2. Практическое задание 1. *Максимальная оценка – 10 баллов.*

Подготовить различные виды публичных выступлений: презентацию, доклад, сообщение или проинтервьюировать сокурсника. Разбор на занятии достоинств и недостатков этих заданий.

Тема 3. Практическое задание 2. *Максимальная оценка – 10 баллов.*

Подготовить разные виды деловых писем и распорядительных документов или написание резюме. Разбор содержания, структуры, цели писем и документов.

8.4. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – зачет (очная форма), 4 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.

8.5. Структура и примеры билетов

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Коноваленко, М. Ю. Деловые коммуникации: учебник и практикум для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 466 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11058-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450020>

2. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / В. П. Ратников [и др.]; под редакцией В. П. Ратникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 527 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3685-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/487259>

Б. Дополнительная литература

1. Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения: учебное пособие для вузов / Л. И. Чернышова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 161 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02406-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469928>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

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

Журналы

- "Бизнес – журнал"
- "Маркетинговые коммуникации"
- "Менеджмент сегодня"
- "Психология в бизнесе"
- "Психология и экономика"
- "Человеческий фактор"
- "Эффективные коммуникации"

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- <http://www.aber.ac.uk/media/Functions/mcs.html> – один из наиболее полных ресурсов по теории коммуникации;
- <http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html> – Welcome to The Evolution of Communication
- <http://www.etiquette.ru/> – Мир этикета
- <http://iskysstvoetiketa.com/> – Искусство этикета
- <http://www.vniiki.ru> – официальный сайт ВНИИКИ (Online-доступ к стандартам ГОСТ, ОСТ, ТУ, ИСО, МЭК, иностранным стандартам.)
- Справочная правовая система «Гарант» (<http://www.garant.ru>)
- Справочная правовая система «Кодекс» (<http://www.kodeks.ru>)
- Справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>).
- <http://www.icahdq.org/> – сайт Международной Ассоциации Коммуникации (The International Communication Association)
- <http://cios.org/www/comweb.htm>
- <http://www.jou.ufl.edu/commres/crc.htm> – Центр исследования коммуникации университета штата Флорида
- <http://www.smartbiz.com/sbs/cats/comm.htm> – информацию по бизнес-коммуникации, деловой переписке, презентациям, офисной работе и т.п.;
- <http://www.talkworks.co.uk> – коммуникативные навыки;

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 *«Деловые коммуникации»* 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 1. Word 2. Excel 3. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Понятие этикета, его виды.</p>	<p><i>Знает:</i> - деловой этикет и протокол. <i>Умеет:</i> - осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах. <i>Владеет:</i> - поведенческими навыками и навыками разрешения конфликтов.</p>	<p>Оценка за контрольную работу №1 (1-ый вопрос)</p>
<p>Раздел 2. Устная коммуникация</p>	<p><i>Знает:</i> - деловой этикет и протокол. <i>Умеет:</i> - общаться с людьми и понимать мотивы их поступков. <i>Владеет:</i> - навыками речевой деятельности применительно к сфере профессиональной коммуникации, основами публичной речи.</p>	<p>Оценка за практическую работу №1 Оценка за контрольную работу №1 (2-ой вопрос)</p>
<p>Раздел 3. Письменная коммуникация</p>	<p><i>Знает:</i> - деловой этикет и протокол. <i>Умеет:</i> - осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах. <i>Владеет:</i> - навыками подготовки организационных и распорядительных документов.</p>	<p>Оценка за практическую работу №2</p>
<p>Раздел 4. Межличностные отношения</p>	<p><i>Знает:</i> - основы теории межличностных отношений; - методы построения взаимоотношений с руководством и коллегами. <i>Умеет:</i> - планировать деятельность по организации межличностных отношений. <i>Владеет:</i> - поведенческими навыками и навыками разрешения конфликтов; - практикой достижения согласия в деловых переговорах.</p>	<p>Оценка за доклад</p>

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

«Деловые коммуникации»
основной образовательной программы
38.03.02 «Менеджмент»

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»
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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Логистика»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом технических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Т.Н. Шушуновой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 маркетинга.

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и</p>	<p>ПК-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности</p>	<p>ПК-2.1. Знает методы экономических исследований эффективности работ</p> <p>ПК-2.3. Владеет современными инструментами управления проектами и процессами</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса</p>

проектов, видов деятельности, работ.	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
4.	3.1. Основные направления деятельности служб логистики.	14	2	2	-	10
5.	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
4.	3.1. Основные направления деятельности служб логистики.	6	1	1	-	4
5.	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 экономической 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). Тянущая 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 ТРЕБОВАНИЯМ 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 <i>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</i>					
	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	4
5	2	Функциональные области логистики	2
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	2
5	2	Функциональные области логистики	1
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 академического бакалавриата / В. В. Щербаков [и др.] ; под редакцией В. В. Щербакова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 582 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11711-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/445986>

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/471343>

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/469013>

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/469139>

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Концептуальные и методологические основы логистики</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать реальные цепи поставок; – рассчитывать основные параметры цепей поставок; – оптимизировать издержки в цепях поставок различной конфигурации; – моделировать логистические бизнес-процессы в цепях поставок. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за работу на практических занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу № 1.</p>
<p>Раздел 2. Логистические системы. Функциональные области логистики</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; 	<p>Оценка за работу на практических занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу № 2.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – принципы формирования интегрированных многоуровневых цепей поставок; – модели и методы, используемые в логистике, их классификацию. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать реальные цепи поставок; – рассчитывать основные параметры цепей поставок; – оптимизировать издержки в цепях поставок различной конфигурации; – моделировать логистические бизнес-процессы в цепях поставок. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Раздел 3. Организация службы логистики</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать реальные цепи поставок; – рассчитывать основные параметры цепей поставок; – оптимизировать издержки в цепях поставок различной конфигурации; – моделировать логистические бизнес-процессы в цепях поставок. <p><i>Владеет:</i></p>	<p>Оценка за работу на практических занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу № 3.</p>

	<ul style="list-style-type: none">– 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.	
--	---	--

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
«Логистика»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«История управленческой мысли»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом технических наук, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Т.Н. Шушуновой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 маркетинга.

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 5 (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 закономерности исторического процесса и этапы исторического развития России
		УК-5.2. Знает нравственные ценности, представления о совершенном человеке в различных культурах
		УК-5.3. Умеет осмысливать социально-политические процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма

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	2,33	92	69
Контактная самостоятельная работа	2,33	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 ТРЕБОВАНИЯМ 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 закономерности исторического процесса и этапы исторического развития России		+	+
		– УК-5.2. Знает нравственные ценности, представления о совершенном человеке в различных культурах	+	+	+

		– УК-5.3. Умеет осмысливать социально-политические процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма		+	
--	--	---	--	---	--

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.	4
5	2	Теория идеальной бюрократии. Использование теории бюрократии в современности	2
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.	2
5	2	Теория идеальной бюрократии. Использование теории бюрократии в современности	1
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 Э尔夫редом Великим.
17. Особенности структуры управления Англией в период становления монархии. Предпосылки создания абсолютизма (XVI в.)
18. Правление Македонской династии. Лев VI и его «Книга епарха».
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 Э尔夫редом Великим.
22. Управленческие воззрения Вольтера.
23. Взгляды на управление государством М. Робеспьера.
24. Роберт Оуэн как предтеча научного менеджмента.
25. Особенности управленческих взглядов Ч. Бэбиджа..

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. Хофштеду. 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 «У» Д. МакГрегора.
8. Исследования проблем мотивации, лидерства, групповой динамики, коммуникации, управления конфликтами.
9. Системный подход в менеджменте.
10. Общая теория систем (Л.фон Бергаланфи, 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), 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. Коргова, М. А. История управленческой мысли: учебное пособие для академического бакалавриата / М. А. Коргова, А. М. Салогуб. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 166 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10651-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/430981>

2. Титов, В. Н. Теория и история менеджмента: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Титов, Г. Н. Суханова. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05725-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433820>

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, 2009. — 560 с/

3. Хохлова Т. П. Теория менеджмента: история управленческой мысли: учеб. для вузов. — М.: Магистр: Инфра-М, 2018. — 384 с.

4. Якобсон А. Я., Бацюн Н. В. История управленческой мысли. Учебное пособие. — М.: РИОР: Инфра-М, 2017. — 100 с.

5. История менеджмента: Учеб. пособие / Под ред. Д.В. Валового. — М: ИНФРА-М, 2006.

6. Семенова И.И. История менеджмента. Учебное пособие. / М.: Юнити-Дана, 2012. — 200 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Донаучный период развития управленческой мысли.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за работу на практических занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу № 1.</p>
<p>Раздел 2. Научный подход в развитии менеджмента. Современный менеджмент.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; 	<p>Оценка за работу на практических занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу № 2.</p>

	<p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Раздел 3. Развитие управления в России.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Владеет:</i></p>	<p>Оценка за работу на практических занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу № 3.</p>

	<ul style="list-style-type: none">– 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.	
--	---	--

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 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
«История управленческой мысли»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» _____ июля _____ 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Теория организации и организационное поведение»**

Направление подготовки _____ 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – _____ «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» _____ июня _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7.

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:**

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.	<p>УК-3.1. Знает и понимает особенности поведения работников предприятий.</p> <p>УК-3.2. Знает основные типы социальных взаимодействий и социально-психологические критерии эффективности управления коллективом.</p> <p>УК-3.3. Умеет взаимодействовать с другими членами команды, в том числе участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом.</p> <p>УК-3.4. Умеет использовать современные социально-психологические технологии управления коллективом.</p> <p>УК-3.5. Владеет способами мотивации членов коллектива к личностному и профессиональному развитию.</p>

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	ОПК-4.1. Знает теоретические основы организации управления предприятием.

направлений деятельности организаций	и	
--	---	--

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы</p>	<p>ПК-3. Способен принимать управленческие решения.</p>	<p>ПК-3.3. Владеет навыками реализации управленческих решений и приемами мотивации.</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>			<p>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 (уровень квалификации – б).</p>
--	---	--	--	---

Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).				
---	--	--	--	--

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		-	-
Курсовая работа	1,67	35,8	26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		24,2	18,15
Вид контроля:			
Экзамен	1,0	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация		0,4	0,3
Подготовка к экзамену.	1,0	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		-	-
Курсовая работа	2,34	35,8	26,85
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		48,2	36,15
Вид контроля:			
Экзамен	1,0	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация		0,4	0,3
Подготовка к экзамену.	1,0	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 X 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 ТРЕБОВАНИЯМ 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.	<ul style="list-style-type: none"> – 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. – УК-3.3. Умеет взаимодействовать с другими членами команды, в том числе участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом. – УК-3.4. Умеет использовать современные социально-психологические технологии управления коллективом. – УК-3.5. Владеет способами мотивации членов коллектива к личностному и профессиональному развитию. 		+	+
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.			
12	– 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.	+		
13	– ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать	– ОПК-4.1. Знает теоретические основы организации управления предприятием.	+		

	бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций.				
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.			
14	– 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	№ 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 X 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*:

<p>«<i>Утверждаю</i>» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) _____ Д.С. <u>Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) « ____ » _____ 2022 г.</p>	<p><i>Министерство науки и высшего образования РФ</i></p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра менеджмента и маркетинга</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент</p>
	<p>Профиль – «Маркетинг»</p>
<p>Теория организации и организационное поведение</p>	
<p>Билет № 1</p>	
<p>1. Основные части организации. Привести описание и предназначение каждой части, и принципиальную схему по Г. Минцбергу.</p>	

2. 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 академического бакалавриата / Ю. В. Фролов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 116 с. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-09522-7. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/452972>.

Б. Дополнительная литература

1. Попова, Е. П. Теория организации: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Попова, К. В. Решетникова. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 338 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-00766-4. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/432048>.

2. Спивак, В. А. Организационное поведение: учебное пособие для академического бакалавриата / В. А. Спивак. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 207 с. - (Университеты России). - ISBN 978-5-534-03535-3. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/431787>.

3. Организационное поведение: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Г. Р. Латфуллин [и др.]; под редакцией Г. Р. Латфуллина, О. Н. Громовой, А. В. Райченко. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-01314-6. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/433606>.

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 *«Теория организации и организационное поведение»* 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: – Word – Excel – Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Организационные типы и структуры</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять различия в структурных и др. организационных факторах; – определять основные координационные механизмы, необходимые для функционирования организационных структур. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийным аппаратом; – навыками определения типа организационной структуры. 	<p>Оценка за контрольную работу (4 и 6 семестры)</p>
<p>Раздел 2. Человеческий аспект в конструировании и функционировании организаций</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основы человеческого поведения; – механизмы мотивации индивидов, существующие модели мотивации, методы их использования при проектировании работы в организации; – закономерности осуществления руководства организациями. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – самостоятельно решать сложные поведенческие задачи; 	<p>Оценка за контрольную работу (4 и 6 семестры)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – выявлять причины недостаточной результативности организации; – грамотно выстраивать межличностные отношения. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – комплексом основных навыков для разрешения конфликтов; – навыками подготовки и принятия решений на основе учета мнений членов социальной группы и групповых решений; – этикой руководства. 	
<p>Раздел 3. Поведение организаций во внешней среде</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – способы формирования корпоративного имиджа; – основы межкультурных отношений в менеджменте; – ключевые факторы международной среды. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать внешнюю среду организации. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами формирования и поддержания этичного климата в организации. 	<p>Оценка за контрольную работу (4 и 6 семестры)</p> <p>Оценка за курсовую работу (4 и 6 семестры)</p> <p>Оценка на экзамене (4 и 6 семестры)</p>

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 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 »

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Финансовый учет и анализ»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «01» июня 2022 г., протокол № 7

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**:

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки</p>	<p>ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса</p>	<p>ПК-4.1. Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики</p> <p>ПК-4.3. Знает нормативные правовые акты, регулирующие хозяйственную деятельность</p> <p>ПК-4.6. Умеет оценивать финансовую эффективность хозяйственной деятельности</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса</p>

<p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>	<p>управленческих решений и консалтинга)</p>			<p>организации или административного регламента организации.</p>
--	--	--	--	--

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	<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	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, осмотрительности, приоритета содержания над формой, рациональности, непротиворечивости. основополагающие принципы: стоимостная оценка, начисление, существенность, осмотрительность, 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 состояний 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,	- УК-2.3. Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	+	+	+

	исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений				
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 счет 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 31.12.2022	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*:

<p>«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры)</p> <p><u>Д.С. Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия)</p> <p>« » 2022 г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра менеджмента и маркетинга</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент Профиль – Маркетинг</p>
	<p>Финансовый учет и анализ</p>
<p>Билет № 4</p> <p>1. Классификация доходов и расходов в отчете о финансовых результатах и в соответствующих положениях о бухгалтерском учете.</p> <p>2. Цель и порядок проведения инвентаризации материально-производственных запасов. Привести примеры корреспонденции счетов, отражающие возможные результаты инвентаризации</p>	

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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477342>

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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469108>

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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469404>

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 *«Финансовый учет и анализ»* 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: • Word • Excel • Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Основы финансового учета.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с внешними и внутренними бухгалтерскими документами; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами осуществления учетных операций на основании соответствующих документов. 	<p>Устный опрос и оценка за контрольные работы. № 1 и 2</p>
<p>Раздел 2. Финансовый бухгалтерский учет.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно находить ответы на вопросы, связанные с финансовым учетом в соответствующих нормативных актах; - работать с внешними и внутренними бухгалтерскими документами. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами осуществления учетных операций на основании соответствующих документов. 	<p>Устный опрос и оценка за письменные контрольные работы № 3, 4, 5</p>

<p>Раздел 3. Основные направления анализа финансовой отчетности</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методы бухгалтерского учета и экспресс-анализа финансового состояния предприятия; - экономический смысл информации, содержащейся в финансовой (бухгалтерской) отчетности. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методы экспресс- анализа финансового состояния предприятия. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методикой углубленного анализа финансового состояний предприятия. 	<p>Устный опрос и оценка за письменную контрольную работу (практическое задание)</p>
--	---	--

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
«Финансовый учет и анализ»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Финансовые рынки и институты»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

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

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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:**

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
<p>ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p>	<p>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</p>
<p>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>	<p>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)</p>

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	ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым	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
	Консалтинговые агентства		ПК-4.3. Знает нормативные правовые акты, регулирующие хозяйственную деятельность	
	Линейные процессы		ПК-4.6. Умеет оценивать финансовую эффективность хозяйственной деятельности	

<p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации,</p>	<p>управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>показателям процесса</p>	<p>ПК-4.8. Владеет навыками финансового управления</p>	<p>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.</p>
---	---	-----------------------------	--	--

<p>направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы)</p>				
---	--	--	--	--

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	Ака д. ч.	ЗЕ	Ака д. ч.	ЗЕ	Акад . ч.
Общая трудоемкость дисциплины	6	216	3	108	3	108
Контактная работа – аудиторные занятия:						
Лекции	2,67	96	1,33	48	1,33	48
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	Ака д. ч.	ЗЕ	Ака д. ч.	ЗЕ	Ака д. 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	0,44 5	16	0,445	16
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	0,22 5	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				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	0,44 5	12	0,44 5	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12	0,22 5	6	0,22 5	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	
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		98,8 5		62,85		36
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 торга. 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 текущей 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-1.1. 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	+	+	+	+	+	+
10	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 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-4.3. Знает нормативные правовые акты, регулирующие хозяйственную деятельность	+	+	+	+	+	+
		ПК-4.6. Умеет оценивать финансовую эффективность хозяйственной деятельности		+	+	+		+
		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; Страховое мошенничество;	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;	2

		Простые и сложные проценты по банковским вкладам;	
		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 институты	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
		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 «__» _____ 2022г.	<i>Министерство науки и высшего образования РФ</i>
	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/486485>
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/471178>

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/469564>.

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:

- Сайт Центрального Банка РФ: www.cbr.ru
- Министерство финансов РФ: www.minfin.ru
- Агентство по страхованию вкладов: <http://www.asv.org.ru/>
- Сайт Международного валютного фонда: <http://www.imf.org/external/russian/>
- 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/>
- 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «*Финансовые рынки и институты*» 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: • Word • Excel • Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование модулей	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Тема 1. Финансы и финансовые рынки</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка. 	<p>Устный опрос</p>
<p>Тема 2. Рынок ценных бумаг</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – правильно оценивать риски инвестиций; – выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками; 	<p>Устный опрос Оценка за тест</p>

	<p>– производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка;</p> <p>– методами контроля над финансовым положением эмитента;</p> <p>– навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.</p>	
<p>Тема 3. Страховой рынок</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>– основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни;</p> <p>– особенности обращения финансовых активов на указанных рынках;</p> <p>– назначение финансовых институтов.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>– выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка;</p> <p>– навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.</p>	<p>Оценка за контрольную работу</p> <p>Оценка за зачет</p>
<p>Тема 4. Кредитный рынок</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>– основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты,</p>	<p>Оценка за контрольную работу</p>

	<p>страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни; – особенности обращения финансовых активов на указанных рынках; – назначение финансовых институтов.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>– выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками; – правильно оценивать риски инвестиций; – производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка; – навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.</p>	Оценка за практическую работу
<p>Тема 5. Рынок драгоценных металлов и камней</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>– 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.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>– выстраивать отношения с различными финансовыми институтами и посредниками; – правильно оценивать риски инвестиций;</p>	Устный опрос

	<p>– производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка;</p> <p>– навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.</p>	
<p>Тема 6. Валютный рынок и международные финансовые институты</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>– основные понятия, функции и инструменты финансового рынка: ценные бумаги, валюта, кредиты, страховые продукты, драгоценные металлы и драгоценные камни;</p> <p>– особенности обращения финансовых активов на указанных рынках;</p> <p>– назначение финансовых институтов.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>– производить оценку инвестиционных качеств финансовых активов и пользоваться различными инструментами финансового рынка;</p> <p>– правильно оценивать риски инвестиций.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– основами нормативно-правового обеспечения в области функционирования финансового рынка;</p> <p>– навыками пользования различными инструментами на финансовом рынке.</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Оценка за экзамен</p>

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
«Финансовые рынки и институты»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Финансовый менеджмент»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом химических наук, доцентом, доцентом
кафедры менеджмента и маркетинга С.Г.Авруцкой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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:**

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	УК-10. Способен принимать обоснованные	УК-10.1. Знает основы экономической культуры, в том числе финансовой грамотности

финансовая грамотность	экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.2. Умеет использовать знания основ экономики при принятии обоснованных решений в различных областях деятельности
		УК-10.3. Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности

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

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки</p>	<p>ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса</p>	<p>ПК-4.1. Знает методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики</p> <p>ПК-4.6. Умеет оценивать финансовую эффективность хозяйственной деятельности</p> <p>ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности</p> <p>ПК-4.8. Владеет навыками финансового управления</p> <p>ПК-4.9. Владеет навыками формирования предложений по оптимизации финансовой деятельности хозяйствующего субъекта</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>

	управленческих решений и консалтинга)			
--	--	--	--	--

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, среднее квадратичное 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 (САРМ). Графическое представление, использование, ограничения САРМ. 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 облигации. 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

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.

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 ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 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 решения в различных областях жизнедеятельности	- УК-10.1. Знает основы экономической культуры, в том числе финансовой грамотности	+	+	+	+	+
		- УК-10.2. Умеет использовать знания основ экономики при принятии обоснованных решений в различных областях деятельности	+	+	+	+	+
		- УК-10.3. Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности	+	+	+	+	+
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-1.2. 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 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	+		+		
		- 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 CAPM. 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
Собственный капитал	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

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:
 - a) в кассе;
 - b) на расчетном счете;
 - c) 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

- a. Каков операционный рычаг при этом объеме продаж?
- b. Каков финансовый рычаг?
- c. Каков комбинированный рычаг?
- d. Чему равна точка безубыточности (в \$)?

e. 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:

1. 596 млн. руб.
2. 688 млн. руб.
3. 858 млн. руб.

2. Уровень доходов на единицу затрат, т.е. эффективность вложений, характеризует критерий:

1. Рентабельность продаж

2. Срок окупаемости
3. Индекс рентабельности
- 3 Проект является инвестиционно привлекательным при соблюдении условия:
 1. внутренняя ставка доходности ниже цены инвестиционного капитала;
 2. внутренняя ставка доходности выше цены инвестиционного капитала
 3. внутренняя ставка доходности равна цене инвестированного капитала;
- 4 Стоимость капитала:
 1. зависит от структуры совокупного капитала
 2. не зависит от структуры совокупного капитала
 3. 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 маргинальному 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, среднеквадратичное 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 (САРМ). Графическое представление, использование, ограничения САРМ. 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-, ЛВО-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:

<p>«Утверждаю» зав.каф. МиМ (Должность, наименование кафедры)</p> <p>_____ Д.С.</p> <p>Лопаткин (Подпись) (И. О.</p> <p>Фамилия)</p> <p>«__» _____</p> <p>2022г.</p>	Министерство науки и высшего образования РФ			
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева			
	Кафедра менеджмента и маркетинга			
	38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг»			
	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:				
Вероятность	0.2	0.6	0.2	1,0
Доходность	5%	8%	10%	
Рассчитать ожидаемую доходность, риск и коэффициент вариации актива				

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 бакалавриата и магистратуры / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 377 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03726-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/432014> (дата обращения: 27.07.2022).

2. Лукасевич, И. Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. Я. Лукасевич. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 304 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03727-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/421476> (дата обращения: 27.07.2022).

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.ru
- <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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «*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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 4. Word 5. Excel 6. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Введение. Финансовая отчетность как источник информации для финансового менеджмента</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – фундаментальные концепции в основе финансового менеджмента; – основные финансовые документы – источник информации о финансовом состоянии и результатах деятельности компании – подходы к финансовому планированию <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – составить отчет о движении денежных средств по балансу и отчету о финансовых результатах – рассчитать основные финансовые показатели – построить базовые финансовые модели <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами анализа финансовой отчетности – методами прогнозирования финансового состояния и результатов деятельности компании 	<p>Оценка за практическое задание</p> <p>Оценка за контрольную работу №1</p> <p>Оценка на экзамене</p>
<p>Раздел 2. Оценка стоимости и доходности финансовых активов</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – концепцию временной стоимости денег; – принципиальное соотношение между риском и доходностью – концепцию диверсификации <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; – рассчитать доходности и риски индивидуального актива и портфеля активов; – рассчитать стоимости и доходности реальных финансовых активов 	<p>Оценка за практическое задание</p> <p>Оценка за контрольную работу №1</p> <p>Оценка на экзамене</p>

	<p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
<p>Раздел 3. Инвестиционная стратегия компании</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – базовыми навыками инвестиционного анализа – методами инвестиционного анализа и анализа финансовых инструментов. 	<p>Оценка за домашнее задание (РГР)</p> <p>Оценка за практическое задание</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p> <p>Оценка на экзамене</p>
<p>Раздел 4. Финансовая</p>	<p><i>Знает:</i></p>	

<p>стратегия компании</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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 <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать финансовую отчетность и составлять финансовый прогноз развития организации; – 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; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методологией оптимизации финансовой структуры компании; – методами инвестиционного анализа и анализа финансовых инструментов. 	<p>Оценка за практическое задание</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p> <p>Оценка на экзамене</p>
<p>Раздел 5. Управление оборотным капиталом.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Умеет:</i></p>	<p>Оценка за контрольную работу №2</p> <p>Оценка на экзамене</p>

	<ul style="list-style-type: none">– 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 <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none">– подходами к оптимизации оборотного капитала	
--	--	--

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
«Финансовый менеджмент»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» _____ июля _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы менеджмента»

Направление подготовки _____ 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – _____ «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» _____ июня _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга
кандидатом экономических наук, доцентом С.А. Трониным

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7.

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 3 семестре для очной формы обучения и во 2 семестре для очно-заочной формы обучения. 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 2 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. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.
		УК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
		УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.
		УК-2.4. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.

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. Подготовка решений и оценка последствий их реализации.	ОПК-3.1 Решает задачи, связанные с рыночным поведением организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом
	ОПК-3.2 Использует современные принципы, методы и организационные формы управления для эффективного руководства организациями различных отраслей народного хозяйства и различных форм собственности

	<p>ОПК-3.3 Принимает в рамках предоставленных ему полномочий своевременные и обоснованные управленческие решения, обеспечивающие достижение стоящих перед организациями и трудовыми коллективами целей наиболее рациональным и гуманным способом</p>
<p>Владение методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций</p> <p>ОПК-6. Владеет методами принятия решения в практической деятельности</p>	<p>Знать основные подходы принятия решения.</p> <p>Уметь оценивать принятие управленческих решений с позиции теории менеджмента.</p> <p>Владеть навыками применения теории менеджмента при принятии управленческих решений</p>

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы</p>	<p>ПК-3. Способен принимать управленческие решения.</p>	<p>ПК-3.3. Владеет навыками реализации управленческих решений и приемами мотивации.</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>			<p>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 (уровень квалификации – б).</p>
--	---	--	--	---

Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).				
---	--	--	--	--

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:	1,33	48	36
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
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	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины (или другие виды самостоятельной работы)		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		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр. ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,33	12	9
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Лекции	0,22	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,11	4	3
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	3,42	123	92,25
Контактная самостоятельная работа	3,42	-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины (или другие виды самостоятельной работы)		123	-
Вид контроля:			
Экзамен	0,25	9	6,75
Контактная работа – промежуточная аттестация	1,0	0,4	0,3
Подготовка к экзамену.		8,6	6,45
Вид итогового контроля:	Экзамен		

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов								
		Всего	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лекции	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Прак. зан.	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лаб. работы	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Сам. работа
1.	Модуль 1. Современные концепции менеджмента	12	6	4	0,4	2	0,4	-	-	6
1.1	Теоретические основы менеджмента	4	2	1	0,1	-	0,1	-	-	2
1.2	Эволюция теории и практики.	4	2	2	0,1	1	0,1	-	-	2
1.3	Организация как система.	4	2	1	0,2	1	0,2	-	-	2
2.	Модуль 2. Основные функции менеджмента	64	6	20	0,4	10	0,4	-	-	34
2.1	Планирование в менеджменте	20	2	6	0,1	2	0,1	-	-	12
2.2	Структура управления организацией	24	2	8	0,1	4	0,1	-	-	12
2.3	Принятие управленческих решений	20	2	6	0,2	4	0,2	-	-	10
3.	Модуль 3. Современный менеджер и его деятельность.	32	6	8	0,4	4	0,4	-	-	20
3.1	Специфика деятельности менеджера	10	2	2	0,1	1	0,1	-	-	6

3.2	Лидерство, типология. Формы власти	10	2	4	0,1	1	0,1	-	-	6
3.3	Конфликты как структурная составляющая организации	12	2	2	0,2	2	0,2	-	-	8
	ИТОГО	108	18	32	1,6	16	1,6	-	-	60
	ЭКЗАМЕН	36						-	-	
	ИТОГО	144		32		16		-	-	60

-

Очно-заочная форма

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов								
		Всего	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лекции	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Прак. зан.	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лаб. работы	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Сам. работа
1.	Модуль 1. Современные концепции менеджмента	12	6	1	0,1	1	0,1	-	-	15
1.1	Теоретические основы менеджмента	4	2	1	0,1	-		-	-	5
1.2	Эволюция теории и практики.	4	2			1	0,1	-	-	5
1.3	Организация как система.	4	2					-	-	5
2.	Модуль 2. Основные функции менеджмента	64	6	5	0,4	2	0,2	-	-	70
2.1	Планирование в менеджменте	20	2	1	0,1	1	0,1	-	-	20
2.2	Структура управления организацией	24	2	2	0,1			-	-	26
2.3	Принятие управленческих решений	20	2	2	0,2	1	0,1	-	-	24
3.	Модуль 3. Современный менеджер и его деятельность.	32	6	2	0,3	1	0,1	-	-	38
3.1	Специфика деятельности менеджера	10	2	1	0,1	1	0,1	-	-	12
3.2	Лидерство, типология. Формы власти	10	2					-	-	12
3.3	Конфликты как структурная составляющая организации	12	2	1	0,2			-	-	14

ИТОГО	135	18	8	0,8	4	0,4	-	-	123
ЭКЗАМЕН	9						-	-	
ИТОГО	144		8		4		-	-	123

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. Функциональные конфликты. Дисфункциональные конфликты и их разрушительное действие. Типы конфликтов. Условия возникновения конфликтов. Межличностные стили разрешения конфликтов. Структурные методы разрешения конфликтов.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	
	Знать:				
1	– теоретические основы организации управления предприятием,	+	+	+	
2	– методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений.		+	+	
	Уметь:				
5	– оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений,	+	+	+	
6	– формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижений.		+	+	
	Владеть:				
8	– навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;	+		+	
9	– 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.			
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. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения выделенных задач.	+	+	+

		<ul style="list-style-type: none"> – УК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. – УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время. – УК-2.4. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта. 			
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>обще профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</u>					
	Код и наименование ОПК.	Код и наименование индикатора достижения ОПК.			
12	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<ul style="list-style-type: none"> – ОПК-3.1 Решает задачи, связанные с рыночным поведением организации в контексте ситуации на рынке, целей бизнеса, интересов потребителей и общества в целом; – ОПК-3.2 Использует современные принципы, методы и организационные формы управления для эффективного руководства организациями различных отраслей народного хозяйства и различных форм собственности; – ОПК-3.3 Принимает в рамках предоставленных ему полномочий своевременные и обоснованные 		+	+

		управленческие решения, обеспечивающие достижение стоящих перед организациями и трудовыми коллективами целей наиболее рациональным и гуманным способом.			
13	– ОПК-6. Владеет методами принятия решения в практической деятельности.	Знать основные подходы принятия решения. – Уметь оценивать принятие управленческих решений с познать основные подходы принятия решения. – Уметь оценивать принятие управленческих решений с позиции теории менеджмента. Владеть навыками применения теории менеджмента при принятии управленческих решений позиции теории менеджмента. Владеть навыками применения теории менеджмента при принятии управленческих решений.			+
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	– .	– .			

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
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 5 баллов), подготовки рефератов (докладов) (максимальная оценка 5 баллов), решения кейс-заданий (максимальная оценка 5 баллов), прохождения тестов (максимальная оценка 5 баллов). Контроль освоения дисциплины - экзамен, в семестре должны быть набраны баллы по каждой теме, по каждому разделу минимальное количество баллов 12, за семестр 36 баллов.

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. Файолу.
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 «У» 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
- г. 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, 2 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, 2 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:

<p>«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры) _____ Д.С. <u>Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) « ____ » _____ 2022 г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра менеджмента и маркетинга</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент</p>
	<p>Профиль – «Маркетинг»</p>
<p>Основы менеджмента</p>	
<p>Билет № 1</p>	
<p>3. Организация и её общая характеристика. Эффективность организации.</p>	
<p>4. Сущность и роль контроля в менеджменте. Виды контроля. Понятие эффективного контроля</p>	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

2. Абчук, В. А. Менеджмент в 2 ч.: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 249 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02141-7.

3. Петров, А. Н. Менеджмент: учебник для бакалавров / А. Н. Петров; отв. ред. А. Н. Петров.

4. 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 645 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-1853-3.

Б. Дополнительная литература

5. Менеджмент в 2 ч. Часть 2: учебник и практикум для академического бакалавриата / И. Н. Шапкин [и др.]; под общ. ред. И. Н. Шапкина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 313 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04627-4.

6. Герчикова И. Н. Менеджмент: учебник. — М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1997 — 501 с.

7. Друкер П. Практика менеджмента. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015 — 436 с.

8. 6.Гавриленко Н. И. Основы менеджмента: учебное пособие. — М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2010. — 146 с.

9. 7.Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Э. М. Коротков.

10. 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 566 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07327-0.

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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:

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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: – Word – Excel – Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Модуль 1. Современные концепции менеджмента</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы организации управления предприятием. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности. 	<p>Оценка за контрольную работу (3 семестр для очной формы обучения и 2 семестр для очно-заочной формы обучения)</p>
<p>Модуль 2. Основные функции менеджмента</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы организации управления предприятием; – методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений; – формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижений. <p><i>Владеет:</i></p>	<p>Оценка за контрольную работу (3 семестр для очной формы обучения и 2 семестр для очно-заочной формы обучения)</p>

	– современными методами организации производства и характеристики передовых технологий.	
Модуль 3. Современный менеджер и его деятельность	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы организации управления предприятием; – методологию проведения анализа рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений; – формулировать управленческие проблемы, адекватные цели и альтернативные варианты их достижений. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности; – современными методами организации производства и характеристики передовых технологий. 	<p>Оценка за контрольную работу (3 семестр для очной формы обучения и 2 семестр для очно-заочной формы обучения)</p> <p>Оценка на <i>экзамене</i> (3 семестр для очной формы обучения и 2 семестр для очно-заочной формы обучения)</p>

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 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 менеджмента»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

« Маркетинг »

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Введение в специальность»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга
А.В. Фроловой;

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга
«01» июня 2022 г., протокол № 7

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
<p>ОПК-1. Способен решать профессиональные задачи на основе знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории</p>	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
<p>ОПК-4. Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций</p>	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
--------------------------------	--------------

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
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
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.	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 Менеджмент организации	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

Очно-заочная 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	-	1	-	6
2.	Организация высшего образования в Российской Федерации	6	-	1	-	5
3.	Виды учебной работы. Практики. Стипендиальное обеспечение студентов. Информационная поддержка процесса обучения	6	-	1	-	5
4.	Теоретические основы финансов	5	-	1	-	4
5.	Современный менеджер	8	-	2	-	6
6.	Введение в Менеджмент организации	13	-	3	-	10
7.	Менеджмент организации как область профессиональной деятельности	7	-	2	-	5
8.	Введение в маркетинг	13	-	3	-	10
9.	Маркетинг как область профессиональной деятельности	7	-	2	-	5
	ИТОГО	72	-	16	-	56

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. Правила внутреннего распорядка обучающихся. 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.

Устав РХТУ им. Д. И. Менделеева. Правила трудового и внутреннего распорядка обучающихся.

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.

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 Менеджмент организации

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.

		Владеть:								
11	– специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений	+	+	+	+	+	+	+	+	+
12	– навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.		+	+	+	+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <i>общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</i>										
	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	+	+	+	+	+	+	+	+
		– 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	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
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 Менеджмент организации	5
7	7	Менеджмент организации как область профессиональной деятельности	3
8	8	Введение в маркетинг	5
9	9	Маркетинг как область профессиональной деятельности	3

Примерные темы практических занятий по дисциплине (очно-заочная форма обучения)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Российский химико-технологический университет как образовательная организация	1
2	2	Организация высшего образования в Российской Федерации	1
3	3	Виды учебной работы. Практики. Стипендиальное обеспечение студентов. Информационная поддержка процесса обучения	1
4	4	Теоретические основы финансов	1
5	5	Современный менеджер	2
6	6	Введение в Менеджмент организации	3

7	7	Менеджмент организации как область профессиональной деятельности	2
8	8	Введение в маркетинг	3
9	9	Маркетинг как область профессиональной деятельности	2

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, 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), 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 академического бакалавриата / Л. А. Данченко [и др.]; под редакцией Л. А. Данченко. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 486 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-01560-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://bibli-online.ru/bcode/432049>

2. Коротков, Э. М. Менеджмент: учебник для академического бакалавриата / Э. М. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 566 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-07327-0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://bibli-online.ru/bcode/431744>

Б. Дополнительная литература

1. Розанова, Н. М. Экономика для менеджеров. В 2 ч. Часть 1: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Розанова. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 234 с. – (Бакалавр и магистр. Академический

курс). – ISBN 978-5-534-00173-0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433874>

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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:

№ 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	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: • Word • Excel • Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование тем	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Тема .1 Российский химико-технологический университет как образовательная организация</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – возможности, предоставляемые РХТУ им. Д. И. Менделеева для личного роста и профессионального совершенствования; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – формировать личную образовательную траекторию с учетом внутренних регламентов по организации учебного процесса и особенностей учебного плана по направлению подготовки; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений. 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №1 (тестовые задания)</p>
<p>Тема 2. Организация высшего образования в Российской Федерации</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – формировать личную образовательную траекторию с учетом внутренних регламентов по организации учебного процесса и особенностей учебного плана по направлению подготовки; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – специальной терминологией и лексикой, навыками самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений; 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №1 (тестовые задания)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности. 	
<p>Тема 3. Виды учебной работы. Практики. Стипендиальное обеспечение студентов. Информационная поддержка процесса обучения</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – возможности предоставляемые РХТУ им. Д. И. Менделеева для личного роста и профессионального совершенствования; – основы правильной организации аудиторной и самостоятельной работы <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №1 (тестовые задания)</p>
<p>Тема 4. Теоретические основы финансов</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – область своей профессиональной деятельности; 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за контрольную работу №2</p>
<p>Тема 5. Современный менеджер</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности – основные трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p> <p>Оценка за практическую работу</p>

	<p>социальной и управленческой информации;</p> <p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Тема 6. Введение в Менеджмент организации</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p>

	будущей профессиональной деятельности.	
Тема 7. Менеджмент организации как область профессиональной деятельности	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности – основные трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p> <p>Оценка за практическую работу</p>
Тема 8. Введение в маркетинг	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности; <p><i>Умеет:</i></p>	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Тема 9. Маркетинг как область профессиональной деятельности</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – область своей профессиональной деятельности; – объекты профессиональной деятельности; – основы компьютерной грамотности – основные трудности и проблемы, с которыми сталкиваются специалисты в сфере менеджмента; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – определять особенности профессиональной деятельности в различных экономических подразделениях организации; – искать и использовать источники экономической, социальной и управленческой информации; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – специальной терминологией и лексикой, навыками 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за зачет</p>

	<p>самостоятельной работы, самоорганизации и организации выполнения поручений;</p> <p>– навыками поиска, анализа и обобщения (в том числе с использованием современных информационных технологий) необходимой информации, использования основных понятий будущей профессиональной деятельности.</p>	
--	---	--

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 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»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

« ____ » _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

« ____ » _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

(Подпись)

(И.О. Фамилия)

Москва 2022

Программа составлена:

доцентом кафедры физического воспитания Т.Н. Акуловой

доцентом кафедры физического воспитания О.В. Носик

к.п.н., профессором кафедры физического воспитания С.И. Сучковым

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры физического воспитания
«12» _мая 2022 г., протокол № 13

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 физического воспитания РХТУ им. Д.И. Менделеева**. Программа рассчитана на изучение дисциплины в течение четырех семестров.

Дисциплина **«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»** относится к обязательной части дисциплин учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую подготовку в области физической культуры и спорта.

Цель дисциплины – формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта, туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей профессиональной деятельности, получении навыка в одном из выбранных видов спорта.

Задачи дисциплины – заключаются в развитии следующих знаний, умений и навыков личности для:

- овладения системой практических умений и навыков, обеспечивающих совершенствование психофизических способностей;
- развития способностей использовать разнообразные формы физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления своего здоровья и здоровья своих близких в повседневной жизни и профессиональной деятельности;
- формирования мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, физическому совершенствованию и самовоспитанию, установки на здоровый образ жизни;
- обучения техническим и тактическим приемам одного из видов спорта.
- совершенствования спортивного мастерства студентов – спортсменов.

Дисциплина **«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»** преподается 1–4 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 **«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»** 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-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; виды физических упражнений; научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни УК-7.2. Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.3. Умеет использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внешних и внутренних условий реализации профессиональной деятельности УК-7.4. Владеет средствами и методами укрепления здоровья, физического самосовершенствования; должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни;
- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек;
- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности;
- правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности;
- спортивные традиции МХТИ-РХТУ им. Д.И. Менделеева.

Уметь:

- поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внешних и внутренних условий реализации профессиональной деятельности;
- самостоятельно заниматься физической культурой и спортом;
- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности;
- выполнять индивидуально подобранные комплексы по физической культуре и различным видам спорта;
- осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой и спортом;
- выполнять приемы защиты и самообороны, страховки и самостраховки.

Владеть:

- средствами и методами укрепления здоровья, физического самосовершенствования;
- должным уровнем физической подготовленности, для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- техническими и тактическими навыками в одном из видов спорта;
- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	В академ. часах	Семестр			
		1	2	3	4
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	328	56	92	90	90
Контактная работа – аудиторные занятия	192	32	64	64	32
Практические занятия (ПЗ)	192	32	64	64	32
Самостоятельная работа (СР)	136	24	28	26	58
Контактная самостоятельная работа	0,8	0,2	0,2	0,2	0,2
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	135,2	23,8	27,8	25,8	57,8
Вид итогового контроля: зачет / экзамен	зачет	зачет	зачет	зачет	зачет

Вид учебной работы		Семестр			
--------------------	--	---------	--	--	--

	В астр. часах	I	II	III	IV
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	246	42	69	67,5	67,5
Контактная работа – аудиторные занятия	144	24	48	48	24
Практические занятия (ПЗ)	144	24	48	48	24
Самостоятельная работа (СР)	102	18	21	19,5	43,5
Контактная самостоятельная работа	0,6	0,15	0,15	0,15	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	101,4	17,85	20,85	19,35	43,35
Вид итогового контроля: зачет / экзамен	зачет	зачет	зачет	зачет	зачет

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов		
		Всего	КР Практ. зан.	СР
1.	Раздел 1. Основы построения оздоровительной тренировки	118	48	70
1.1	Оздоровительная направленность – как важнейший принцип системы физического воспитания	16	12	4
1.2	Основы построения оздоровительной тренировки	42	12	30
1.3	Физкультурно-оздоровительные методики и системы	32	12	20
1.4	Оценка состояния здоровья	28	12	16
2	Раздел 2. Двигательные возможности человека – воспитание физических качеств. ВФСК ГТО	185	140	45
2.1	Появление и внедрение комплекса ГТО	38	35	3
2.2	Воспитание физических качеств обучающихся	53	35	18
2.3	Воспитание гибкости	45	35	10
2.4	Подвижность двигательного навыка. Взаимосвязь физических качеств	49	35	14

3	Раздел 3. Методика организации и проведения спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий. Этика физической культуры и спорта	29	8	21
3.1	Характеристика спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий	5	2	3
3.2	Организация спортивных мероприятий	8	2	6
3.3	Нравственные отношения в спорте	6	2	4
3.4	Профилактика нарушений спортивной этики. ВАДА	10	2	8
	ИТОГО	328	196	136

Каждый раздел программы имеет в своей структуре практические занятия.

Практический раздел программы реализуется на учебно-тренировочных занятиях в учебных группах по общей физической подготовке и избранным видам спорта.

Практические (учебно-тренировочные) занятия базируются на широком использовании теоретических знаний и методических умений, на применении разнообразных средств физической культуры и спорта, спортивной и профессионально-прикладной подготовки студентов.

Практические занятия помогают приобрести опыт творческой практической деятельности, развивают самостоятельность в физической культуре и спорте в целях достижения физического совершенства. Повышают уровень функциональных и двигательных способностей, направленно формируют качества и свойства личности.

Практические занятия состоят из специальной физической подготовки и соревновательной подготовки.

Первый курс (первый год обучения)

Основные задачи: определение уровня здоровья и физической подготовленности студентов по тестовой программе, осуществление взаимосвязи в освоении знаний, двигательных умений и навыков с формированием у студентов опыта подбора и практических реализаций собственных оздоровительных или тренировочных программ.

Второй курс (второй год обучения)

Основные задачи: повышение уровня физической подготовленности студентов; оценка динамики тестирования физического состояния здоровья студентов; подбор и освоение индивидуальных тренировочных или оздоровительных программ и практическая их реализация в самостоятельных занятиях. А также: освоение знаний и формирование умений и навыков, акцентированное развитие физических и специальных качеств, к предстоящей профессиональной деятельности; овладение практическими навыками

использования тренажерных устройств, приспособлений и оборудования в организации самостоятельных занятий.

Критерием успешности освоения учебного материала является экспертная оценка преподавателя, учитывающая **регулярность посещения обязательных практических занятий**, выполнение установленных на данный семестр контрольных нормативов (тестов) общей физической и спортивно-технической подготовки для отдельных групп различной спортивной направленности.

С целью определения группы здоровья для занятий по дисциплине **«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»** в начале учебного года кафедра физического воспитания контролирует прохождение студентами врачебного контроля, принимая медицинские заключения о группе здоровья для занятий по физической культуре и спорту из городских поликлиник по месту жительства студента, ГП № 219, медицинских центров, имеющих лицензию на право предоставления медицинских услуг.

По результатам медицинского осмотра происходит распределение студентов по учебным отделениям.

В **основное** отделение распределяются студенты, на основании данных врачебного контроля, имеющие основную или подготовительную группу здоровья.

Студенты, получившие специальную медицинскую группу «А» или «Б», распределяются в **специальное медицинское** отделение. Для указанной категории студентов разработана отдельная программа по дисциплине **«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту. Адаптивная физическая культура и спорт»**.

В **спортивное** отделение зачисляются студенты, имеющие спортивные разряды или хорошую физическую подготовку, позволяющую им быть зачисленным в сборные команды университета по различным видам спорта (медицинская группа здоровья – основная или подготовительная).

В каждом отделении происходит освоение практического раздела программы по видам спорта, представленным в университете (индивидуально по каждому виду спорта) и краткая теоретическая подготовка во время проведения занятия.

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Основы построения оздоровительной тренировки. Теоретическо-методические основы физической культуры и спорта.

– Оздоровительная направленность – как важнейший принцип системы физического воспитания. Принцип оздоровительной направленности. Проектирование различных физкультурно-оздоровительных систем. Содержательные основы оздоровительной физической культуры и спорта. Основные направления: оздоровительно-рекреативное, оздоровительно-реабилитационное, спортивно-реабилитационное, гигиеническое.

- Основы построения оздоровительной тренировки. Повышение функционального состояния организма и физической подготовленности. Методические правила: постепенность наращивания интенсивности и длительности нагрузок; разнообразие применяемых средств; системность занятий. Совершенствование адаптационно-регуляторных механизмов. ЧСС. Способы регламентации нагрузки: дозирование по относительным значениям мощности физических нагрузок; дозирование в соответствии с энергетическими затратами.
- Физкультурно-оздоровительные методики и системы. Аэробные физические упражнения (ходьба, медленный бег, плавание, бег на лыжах и т.д.). Четыре основные фазы оздоровительной тренировки (вводная часть – разминка, основная часть – аэробная фаза, силовая нагрузка, заключительная часть – заминка).
- Оценка состояния здоровья и физической подготовленности занимающихся физической культурой и спортом. Исходный уровень тренированности. Функциональные пробы (ЧСС, АД, ЖЕЛ и т.д.).

Раздел 2. Двигательные возможности человека – воспитание физических качеств. ВФСК ГТО.

2.1. Появление и внедрение комплекса ГТО. ВФСК ГТО на современном этапе в высшей школе. Популяризация комплекса ГТО (послы ГТО, форменный стиль, интернет в помощь – регистрация на сайте, идентификационный номер). Выполнение испытаний. Ступени комплекса. Методика организации и проведения видов испытаний ГТО. Информационное обеспечение деятельности по внедрению ВФСК ГТО. Система взаимодействия в сфере физической культуры и спорта.

2.2. Воспитание физических качеств обучающихся (отдельные качественные стороны двигательных возможностей человека).

Воспитание силы (упражнения внешнего отягощения, упражнения с отягощением весом собственного веса, изометрические упражнения, упражнения в сопротивлении).

Воспитание быстроты. Скоростные физические упражнения.

Воспитание выносливости. Утомление. Циклические упражнения. Общая выносливость. Специальная выносливость. Равномерный и переменный методы.

2.3. Воспитание гибкости. Амплитуда движения. Суставы, связки, мышечные волокна, эластичность мышц. Общая и специальная гибкость.

2.4. Воспитание ловкости. Взаимосвязь ловкости с силой, быстротой, выносливостью, гибкостью. Подвижность двигательного навыка. Спортивные игры.

Раздел 3. Методика организации и проведения спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий.

3.1. Характеристика спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий. Спортивные соревнования, проводимые по общепринятым

правилам. Рекламно-пропагандистские мероприятия. Учебно-тренировочные мероприятия. Классификация спортивных соревнований по целям их проведения (Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»). Единая всероссийская спортивная классификация. Чемпионаты. Кубки. Первенства. Военно-прикладные виды спорта. Национальные виды спорта. Единый календарный план физкультурных и спортивных мероприятий).

3.2. Организация спортивных мероприятий. Олимпийская хартия. Федеральные (специальные, национальные) законы спорте. Классификация спортивных соревнований:

- классификационные, контрольные, отборочные, подводящие, показательные;
- командные, лично-командные, личные;
- международные, региональные, национальные, отдельной физкультурно-спортивной организации (вуза);
- очные, заочные.

Функции спортивных соревнований. Принципы проведения соревнований (принцип иерархичности и комплексности). Общие организационные моменты подготовки и проведения соревнований. Сценарий спортивного соревнования. Инвент-менеджмент в спорте. Системы проведения спортивных соревнований. Система прямого определения мест участников. Круговая система. Система с выбыванием. Смешанная система. Планирование, подготовка и проведение соревнований.

3.3. Нравственные отношения в спорте. Этический конфликт. Нереалистические (беспредметные) конфликты. Реалистические (предметные) конфликты. Конфликты дидактического характера. Прямые и косвенные методы погашения этических конфликтов. Основные понятия этики спорта. Нормативная этика. Прикладная этика. Профессиональная этика. Спортивное поведение. Честность. Отношение к сопернику. История возникновения этики в спорте. Фракции и современные «фанаты». Fair Play («Честная игра»). Fair Play – как основа этического поведения в спорте. Кодекс спортивной этики. Комиссия по этике Олимпийского комитета России. Комитет Фейр Плей. Принципы Fair Play. Принцип уважения к правилам. Принцип уважения к сопернику. Принцип уважения к решениям судей. Принцип равных шансов. Принцип самоконтроля. Формально честная игра. Неформальная честная игра.

3.4. Профилактика нарушений спортивной этики. ВАДА. Кодекс ВАДА. Международная конвенция о борьбе с допингом в спорте. Справедливая игра.

**8. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ
К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3
	Знать:			
1	- научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни	+	+	+
2	- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек	+	+	
3	- способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности	+	+	
4	- правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности	+	+	
5	- спортивные традиции МХТИ-РХТУ им. Д.И. Менделеева	+	+	+
	Уметь:			
6	- выполнять индивидуально подобранные комплексы по физической культуре и различным видам спорта	+	+	
7	- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности	+	+	
8	- осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности	+	+	
9	- осуществлять творческое сотрудничество в коллективных формах занятий физической культурой и спортом	+	+	+
10	- выполнять приемы защиты и самообороны, страховки и самостраховки	+	+	+
	Владеть:			
11	- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования	+	+	+
12	- должным уровнем физической подготовленности, необходимым для качественного усвоения профессиональных умений и навыков в процессе обучения в вузе, для обеспечения	+	+	+

	полноценной социальной и профессиональной деятельности после окончания учебного заведения				
13	- техническими и тактическими навыками в одном из видов спорта	+	+		
14	- использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни	+	+	+	
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <i>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</i>					
	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК			
15	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает роль и значение физической культуры в жизни человека и общества; виды физических упражнений; научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни	+	+	+
		УК-7.2. Умеет поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	+	+
		УК-7.3. Умеет использовать основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внешних и внутренних условий реализации профессиональной деятельности	+	+	+
		УК-7.4. Владеет средствами и методами укрепления здоровья, физического самосовершенствования; должным уровнем физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	+	+	+

9. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

9.1. Практические занятия

Примерные темы практических занятий по дисциплине.

Практические занятия проводятся под руководством преподавателя и направлены на углубление полученных знаний по дисциплине «Физическая культура и спорт», овладение системой практических умений и навыков по дисциплине «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту», обеспечивающих совершенствование психофизических способностей; развитие способностей использовать разнообразные формы физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления своего здоровья; обучение техническим и тактическим приемам одного из видов спорта, а также совершенствование спортивного мастерства студентов – спортсменов.

Учебный материал для учебно-тренировочных занятий в соответствии с основными задачами содержится в поурочных планах по видам подготовки.

К практическим занятиям допускаются студенты, прошедшие медицинский осмотр и определившие свою группу здоровья (основную или подготовительную). Исключение делается студентам в первом семестре, для которых это правило действует сразу после предоставления первокурсниками медицинской справки по форме № 086/у (Приложение № 4), а также опроса студентов о состоянии их здоровья.

Занятия проводятся в двух отделениях: основном и спортивном.

Практические занятия в основном учебном отделении, где занимаются студенты основной и подготовительной медицинских групп, проводятся с направленностью на улучшение общей физической подготовки с использованием средств одного или нескольких видов спорта, определяемых возможностями спортивной базы, на которой проводятся занятия (стадион, игровой, гимнастический, фитнес, борьбы, тренажерный залы, скалодром, бассейн, легкоатлетический манеж или лыжная база).

Наполняемость группы не более **20** человек.

Обязательными видами физических упражнений для включения в рабочую программу по дисциплине «**Элективные дисциплины по физической культуре и спорту**» являются: отдельные дисциплины по легкой атлетике (бег 100 м, бег 3000 м – мужчины, бег 2000 м – женщины, прыжок в длину с места, подтягивание, сгибание-разгибание рук в упоре лежа, упражнения на укрепление мышц брюшного пресса), плавание, лыжные гонки, упражнения профессионально-прикладной физической подготовки.

В практическом разделе могут использоваться физические упражнения из различных видов спорта, оздоровительных систем физических упражнений. На занятиях могут применяться тренажерные устройства, различный спортивный инвентарь.

Практические занятия включает в себя соревнования различного вида и уровня.

Практический учебный материал для студентов **спортивного отделения**.

Обеспечивается дальнейшее повышение уровня общефизической и специальной физической подготовки студентов. Особое место отводится формированию основ знаний, умений и навыков организации самостоятельных занятий, использованию тренажерных устройств и различного спортивного инвентаря для физического совершенствования. Студенты спортивного отделения могут заниматься по индивидуальному графику по избранным видам спорта с выполнением зачетных требований в установленные сроки. График учебного процесса спортивного отделения должен предусматривать полное изучение тематики теоретического, методического и практического разделов рабочей программы с учетом специфики его организации на спортивном отделении.

Наполняемость группы не более **20** человек.

Учебно-практические занятия, в значительной степени, должны носить консультационный характер, практические рекомендации необходимо подкреплять постоянным контролем преподавателя за их выполнением студентом.

Содержание и конкретные средства каждого практического занятия определяются преподавателем учебной группы. Преподаватель несет полную ответственность за соответствие используемых упражнений и их дозировок возможностям каждого отдельного студента.

Перевод студента из одного учебного отделения в другое осуществляется только по завершении семестра, после аттестации в предыдущем отделении.

По медицинским показателям студент может быть переведен в специальное медицинское отделение в любое время в течение семестра.

Примерные темы практических занятий

Раздел	Темы практических занятий	Время занятий
1	Основы построения оздоровительной тренировки. Обучение фазам оздоровительной тренировки (разминка, аэробная фаза, силовая нагрузка, заключительная часть – заминка).	2 акад. часа
	Формирование необходимого фонда двигательных умений и навыков из отдельных видов спорта, закрепление и совершенствование их. Элементы ритмической, художественной гимнастики (девушки), элементы борьбы (юноши).	2 акад. часа
	Формирование умений и навыков в проведении комплекса гигиенической гимнастики с целью развития силовых способностей. Овладение рациональной спортивной техникой.	2 акад. часа
	Формирование умений и навыков в проведении комплекса гигиенической гимнастики с целью развития гибкости. Техническое выполнение специальных упражнений.	2 акад. часа
	Способы дозирования физической нагрузки. Влияние	2 акад. часа

физической нагрузки на развитие и совершенствование физических способностей у занимающихся с различным уровнем подготовленности.	
Проведение комплекса гигиенической гимнастики с применением общеразвивающих упражнений без оборудования. Анализ проведения. Работа над ошибками. Гимнастический комплекс: изучение строевых, общеразвивающих, Комплексы упражнений на развитие баланса, координации, ловкости.	2 академических часа
Хатха-йога, гимнастика цигун, разновидности дыхательных гимнастик.	2 академических часа
Тестирующие упражнения для оценки физической подготовленности у разных категорий занимающихся в зависимости от направленности тренировочного процесса.	2 академических часа
Применение упражнений аэробного характера с целью развития выносливости. Формирование умений и навыков в поведении комплекса оздоровительной тренировки с целью развития выносливости в общей и специальной тренировке.	2 академических часа
Тренировка вестибулярного аппарата. Подбор упражнений с учетом особенностей возрастного развития и физического состояния человека. Техника физических упражнений. Определение уровня развития координационных способностей.	2 академических часа
Отработка пространственных характеристик двигательных действий (исходное положение, положение тела, во время выполнения упражнения, траектория движений, амплитуды движений).	2 академических часа
Использование физической помощи и страховки в процессе освоения двигательных действий с учетом возможностей занимающихся.	2 академических часа
Методы оценки функционального состояния и физического развития организма. Обучение контролю ЧСС во время проведения занятия. Способы регламентации нагрузки.	2 академических часа
Основы построения оздоровительной тренировки. Обучение фазам оздоровительной тренировки (разминка, аэробная фаза, силовая нагрузка, заключительная часть – заминка).	2 академических часа
Формирование необходимого фонда двигательных умений и навыков из отдельных видов спорта, закрепление и совершенствование их. Элементы ритмической,	2 академических часа

	художественной гимнастики (девушки), элементы борьбы (юноши).	
	Формирование умений и навыков в проведении комплекса лечебной гимнастики с целью развития силовых способностей. Овладение рациональной спортивной техникой.	2 академ. часа
2	Воспитание физических качеств – апогей – сдача норм ВФСК ГТО	2 академ. часа
	Теоретический раздел занятия – историческая справка – появление и внедрение комплекса ГТО. Ступени комплекса. Основные тесты комплекса	2 академ. часа
	Теория и методика выполнения тестов комплекса	2 академ. часа
	Воспитание физических качеств обучающихся: воспитание силы, быстроты, ловкости, выносливости, гибкости и т.д.	2 академ. часа
	Воспитание силы – разучивание и отработка упражнений в сопротивлении, работа с отягощением веса собственного веса и т.д.) Воспитание быстроты – скоростные физические упражнения)	2 академ. часа
	Воспитание выносливости (циклические упражнения, общая выносливость, специальная выносливость)	2 академ. часа
	Воспитание гибкости (амплитуда движения, суставы, связки, волокна и т.д.). Различные комплексы упражнений на гибкость	2 академ. часа
	Воспитание ловкости: подвижность двигательного навыка.	2 академ. часа
	Комплекс упражнений на развитие координации	2 академ. часа
3	Методика организации и проведения спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий	2 академ. часа
	Изучение видов соревнований, классификация соревнований по рангу.	2 академ. часа
	Во время проведения занятий – возможны мини веселые старты (объяснение правил соревнований, правил судейства, технике выполнения различных упражнений в игровой форме). Соревнования по избранному виду спорта.	2 академ. часа
	Волонтерская составляющая проведения соревнований: изучение правил соревнований, волонтеры и помощники судей.	2 академ. часа
	Обучение в составлении сценарного плана физкультурно-массовых мероприятий, подготовка наградной атрибутики. Общие организационные моменты	2 академ. часа

Системы проведения спортивных соревнований (круговая система, система с выбыванием, смешанная система)	2 академ. часа
Этика спорта. Нормативные понятия этики (обучение студентов этике спортивного поведения на протяжении всего периода обучения).	2 академ. часа
Нравственное отношение в спорте. Честность. Отношение к сопернику, к товарищу по команде, спортсмену на занятиях.	2 академ. часа
В спортивном отделении – этически конфликт. Обучение Fair Play – как основе этического поведения в спорте.	2 академ. часа
Изучение принципов Fair Play.	2 академ. часа
Профилактика нарушений спортивной этики.	2 академ. часа
Беседы на практических занятиях о вреде допинга	2 академ. часа

Примеры содержания практических занятий

Раздел	Содержание практического занятия	Время занятия
1	<p>Основы построения оздоровительной тренировки</p> <p>Цель занятия: освоить методы функционального состояния</p> <p>Содержание занятия:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие о контроле и самоконтроле; - методика оценки функционального состояния сердечно-сосудистой системы; <p>Оборудование: секундомер, абонемент</p> <p>Ход занятия:</p> <p>Преподаватель кратко объясняет цель, задачи, структуру занятия.</p> <p>Студенты выполняют функциональные пробы для оценки сердечно-сосудистой системы (подсчет пульса до начала занятия – в состоянии покоя, заносится во вкладыш абонемента)</p> <p>Во время проведения занятия преподаватель несколько раз (после основной части, аэробной, силовой, заключительной) просит студента измерить свой пульс и занести в абонемент.</p> <p>В конце занятия совместно преподаватель – студент проверяем динамику пульса.</p> <p>В конце занятия студенты должны:</p> <p>Знать: простые методы самоконтроля за функциональным состоянием организма;</p> <p>Уметь: проводить функциональные пробы и анализировать реакцию организма на выполненную физическую нагрузку</p>	2 академ. часа

	Владеть: навыками анализа данных проведенных функциональных проб для оценки работы сердечно-сосудистой системы	
2	<p align="center">Двигательные возможности человека – воспитание физических качеств</p> <p>Цель занятия: освоить методику развития основных физических качеств.</p> <p>Содержание занятия: Основные понятия физических качеств.</p> <p>Методика развития гибкости.</p> <p>Ход занятия:</p> <p>Преподаватель сообщает цель, задачи, содержание занятия, знакомит с основами методики развития физического качества: гибкость.</p> <p>Во время проведения занятия преподаватель акцентирует внимание студентов на выполнение специальных упражнений, которые способствуют развитию физического качества гибкость,</p> <p>Предлагается выполнить норматив из ВФСК ГТО гибкость.</p> <p>Преподаватель объясняет ход выполнения упражнения, правильность, последовательность выполнения упражнения.</p> <p>В конце занятия преподаватель записывает параметры результата выполнения упражнения на развитие гибкости.</p> <p>Контрольные точки можно проводить каждый месяц, а в конце семестра посмотреть вместе со студентом динамику развития норматива.</p> <p>Оборудование: спортивный инвентарь для развития качества гибкость, степ –платформа или гимнастическая скамья, с которых можно выполнять норматив на развитие гибкости, линейка, туристические коврики, для проведения разминки и основной части выполнения упражнений на развития гибкости.</p> <p>В результате занятия студенты должны:</p> <p>Знать: упражнения и виды спорта, развивающие физические качества (гибкость)</p> <p>Уметь: индивидуально подбирать средства и методы направленного развития и совершенствования физического качества гибкость.</p> <p>(Так по развитию каждого физического качества).</p> <p>Владеть: навыками в проведении занятия на развитие физического качества гибкость</p>	2 акад. часа
3	<p align="center">Методика организации и проведения спортивных соревнований.</p> <p align="center">Методика составления индивидуального занятия по избранному виду спорта</p>	2 акад. часа

	<p>Цель занятия: ознакомиться с методикой проведения и составления самостоятельных занятий с гигиенической и тренировочной направленностью на примере занятия по легкой атлетике (направление ОФП).</p> <p>Содержание занятия: составление плана-конспекта проведения занятия. Подготовка и проведение занятия (по его основным частям: подготовительная часть, основная, заключительная).</p> <p>Ход занятия:</p> <p>Преподаватель сообщает цель, задачи, структуру занятия. Знакомит с простейшими формами самостоятельных занятий физическими упражнениями. Разбирается содержание подготовительной части занятия. Предлагается одному из студентов провести с группой подготовительную часть. Важен контроль за правильностью выполнения, соблюдения соответствующей последовательности выполнения упражнений осуществляет преподаватель. Студенты активно включаются в обсуждение содержания упражнений.</p> <p>Разбираются возможные разделы легкой атлетики, по которым целесообразно проводить занятие. После чего проводится обсуждение основной и заключительной частей занятия. Предлагается одному из студентов провести заключительную часть занятия.</p> <p>Раскрывается структура написания плана-конспекта занятия.</p> <p>Оборудование: для выполнения теста: прыжок в длину с места необходима измерительная линейка, бланк плана-конспекта.</p> <p>В результате проведенного занятия студенты должны:</p> <p>Знать: особенности форм содержания и структуры самостоятельных занятий физическими упражнениями.</p> <p>Уметь: составить и провести самостоятельно занятие тренировочной направленности.</p> <p>После проведения занятия «методики составления индивидуального занятия по избранному виду спорта», моно перейти к занятию «методика организации и проведения спортивных соревнований».</p> <p>Цель занятия: ознакомиться с методикой подготовки и проведения соревнования по избранному виду спорта на примере легкой атлетики (направление ОФП).</p> <p>Содержание занятия: обсуждение правил проведения соревнований, комплексного построения соревнований от регистрации участников до проведения церемонии награждения. Со студентами обсуждаются принципы Fair</p>	
--	---	--

	<p>Play, принципы нарушений правил не применения допинга в спорте. Предлагается студентам самим провести небольшие соревнования в рамках учебно-тренировочного занятия.</p> <p>В результате занятия студенты должны:</p> <p>Знать: правила проведения соревнований по легкой атлетике (по выбранному виду спорта).</p> <p>Уметь: составить сценарий проведения соревнований по легкой атлетике.</p> <p>Владеть: навыками в организации и непосредственно в проведении соревнований</p>	
--	--	--

9.2. Лабораторные занятия

Лабораторные занятия – учебным планом не предусмотрены

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

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

- ознакомление и проработку рекомендованной литературы, работу с электронно-библиотечными системами;
- посещение отраслевых (профильных по физической культуре и спорту) выставок и семинаров;
- участие в конференциях РХТУ им. Д.И. Менделеева по тематике дисциплины;
- подготовку к выполнению практических контрольных тестов (1, 2, 3 и 4 семестры) 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.

Самостоятельная работа обучающихся при освоении разделов дисциплины осуществляется при руководстве и консультировании ведущего преподавателя отделения (ОФП, ГСС), или специализации (в группах специализаций, осуществляющих деятельность по оказанию физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг университета), в форме индивидуальных или групповых занятий.

Виды, содержание самостоятельной работы, формы контроля и отчетности о результатах самостоятельной работы, в том числе методические рекомендации обучающимся, преподавателям, определяются рабочей программой дисциплины.

Оценивание результатов самостоятельной работы обучающихся осуществляется в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Разработка кейсов заданий для реализации самостоятельной работы студентов, производится кафедрой физического воспитания университета, с учетом направленности на формирование результатов освоения дисциплины, как части образовательной программы.

Выполнение заданий при реализации часов, выделенных в раздел самостоятельной работы, способствует закреплению студентами знаний и навыков научно-практических основ физической культуры и спорта, методики самостоятельных занятий, особенности использования средств физической культуры для оптимизации работоспособности, а также развития основы и методики развития физических качеств и двигательных навыков. Студенты должны уметь использовать средства и методы физического воспитания для профессионального и личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа жизни; владеть средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Результат самостоятельной работы студентов представляется в виде контрольных работ и отчетов в соответствии с учебно-тематическими планами дисциплины утвержденных для отделений (ОФП, ГСС), или специализации (в группах специализаций, осуществляющих деятельность по оказанию физкультурно-оздоровительных и спортивных услуг университета), в форме индивидуальных или групповых занятий.

Размещение кейсов заданий для самостоятельной работы и предоставление результатов самостоятельной работы студентов возможно: как на бумажном носителе, так и посредством электронных образовательных платформ, после чего студенты допускаются к промежуточной аттестации.

Для отдельных обучающихся в зависимости от степени ограниченности здоровья возможна разработка индивидуального учебного плана самостоятельной работы с индивидуальными заданиями и сроками их выполнения.

Для инвалидов и лиц с ОВЗ в университете устанавливается особый порядок освоения дисциплины, с учетом рекомендаций и заключения выданного по результатам медицинского обследования (основанием является медицинский документ, предоставленный из медицинских учреждений, имеющих лицензию на право ведения медицинской деятельности), кафедрой физического воспитания университета разрабатываются кейсы заданий для реализации самостоятельной работы в отделениях по Адаптивной физической культуре.

Порядок организации самостоятельной работы студентов по дисциплине разрабатывается кафедрой физического воспитания университета и согласовывается с учебным управлением университета, а также утверждается проректором по учебной работе.

№	Самостоятельная работа Раздел дисциплины по семестрам	I	II	III	IV	Всего часов СР
1.	Раздел 1. Основы построения оздоровительной тренировки					70
1.1	Оздоровительная направленность – как важнейший принцип системы физического воспитания	2		2		4
1.2	Основы построения оздоровительной тренировки	6	6	8	10	30
1.3	Физкультурно-оздоровительные методики и системы	4	6	4	6	20
1.4	Оценка состояния здоровья	4	2	2	8	16
2	Раздел 2. Двигательные возможности человека – воспитание физических качеств. ВФСК ГТО					45
2.1	Появление и внедрение комплекса ГТО		2		1	3
2.2	Воспитание физических качеств обучающихся	2	2	2	12	18
2.3	Профессионально-прикладная физическая подготовка	2	2	2	4	10
2.4	Подвижность двигательного навыка. Взаимосвязь физических качеств		4	2	8	14
3	Раздел 3. Методика организации и проведения спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий. Этика физической культуры и спорта					17
3.1	Характеристика спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий	2			1	3
3.2	Организация спортивных мероприятий	2	2	2		6
3.3	Нравственные отношения в спорте				4	4
3.4	Профилактика нарушений спортивной этики. ВАДА				4	4
	ИТОГО	24	26	24	58	132

8. ПРИМЕРЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина «*Элективные дисциплины по физической культуре и спорту*» включает 3 раздела, каждый из которых имеет определенную логическую завершенность.

С целью успешного изучения материала каждого раздела рекомендуется регулярное посещение практических занятий, а также использование сведений,

содержавшихся в литературных источниках, представленных в рабочей программе дисциплины.

Рабочая программа дисциплины предусматривает практические занятия, выполнение контрольных практических тестов (общих и специальных контрольных нормативов), в рамках текущего контроля, выполнение заданий с целью освоения часов самостоятельной работы.

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за практические занятия (максимальная оценка в 1 и 4 семестрах – 32 балла, в 2 и 3 семестрах – 66 баллов), выполнение общих и специальных контрольных практических тестов (максимальная оценка за выполнение общих контрольных тестов – 20 баллов, максимальная оценка за выполнение специальных контрольных тестов – 8 баллов), освоение часов самостоятельной работы (максимальная оценка в 1 и 4 семестрах – 40 баллов, в 2 и 3 семестрах - 16 баллов).

1 курс, I семестр (осенний) 2020/2022 уч. г.

(Группа здоровья основная)

Месяц	Практические занятия (контактная работа)		Текущий и итоговый контроль			
			Самостоятельная работа*		Контактная самостоятельная работа*	
	<i>Освоенные часы (практ. занятия)</i>	<i>баллы</i>	<i>Освоенные часы</i>	<i>баллы</i>	<i>Контрольные нормативы</i>	<i>баллы</i>
Сентябрь	8 часов (4занятия)	8 баллов	-	-	100м** Кросс**	4 балла 4 балла
Октябрь	8 часов (4 занятия)	8 баллов	6 часов	10 баллов	-	-
Ноябрь	8 часов (4 занятия)	8 баллов	6 часов	10 баллов	-	-
Декабрь	8 часов (4 занятия)	8 баллов	12 часов	40 баллов	Пресс**	4 балла
					Отжимание**	4 балла
					Длина**	4 балла
					Специальные*** нормативы	8 баллов
Всего в семестре	32 часа (16 занятий)	32 балла	24 часа	40 баллов	28 баллов	
ИТОГО	56 часов / 100 баллов					

1 курс, II семестр (весенний) 2020/2022 уч. г.

(Группа здоровья основная)

Месяц	Практические занятия (контактная работа)		Текущий и итоговый контроль			
			Самостоятельная работа*		Контактная самостоятельная работа*	
	<i>Освоенные часы (практ. занятия)</i>	<i>баллы</i>	<i>Освоенные часы</i>	<i>баллы</i>	<i>Контрольные нормативы</i>	<i>баллы</i>
Февраль	16 часов (8 занятий)	16 баллов	-	-	-	-
Март	16 часов (8 занятий)	16 баллов	8 часов	-	-	-
Апрель	16 часов (8 занятий)	16 баллов	8 часов	-	Отжимание**	4 балла
Май	18 часов (9 занятий)	18 баллов	10 часов	16 баллов	Длина**	4 балла
					Пресс**	4 балла
					100м**	4 балла
					Кросс**	4 балла
					Специальные** * нормативы	8 баллов
Всего в семестре	66 часов (33 занятия)	66 баллов	26 часов	16 баллов	28 баллов	
ИТОГО	92 часа / 100 баллов					

* Самостоятельное (или частично самостоятельное) выполнение студентом блоков тематических заданий, разработанных кафедрой физического воспитания в соответствии с учебно-тематическими планами отделений или специализаций на текущий учебный семестр

** Общие контрольные нормативы (их списка норм ВФСК ГТО). К выполнению контрольных нормативов студенту в семестре необходимо освоить не менее 40 часов учебной дисциплины

*** Специальные контрольные нормативы, разработанные кафедрой физического воспитания в соответствии со спецификой отделений или специализаций на текущий учебный семестр. К выполнению контрольных нормативов студенту в семестре необходимо освоить не менее 40 часов учебной дисциплины

2 курс, III семестр (осенний) 2020/2022 уч. г.
(Группа здоровья основная)

Месяц	Практические занятия (контактная работа)		Текущий и итоговый контроль			
			Самостоятельная работа*		Контактная самостоятельная работа*	
	<i>Освоенные часы (практ. занятия)</i>	<i>баллы</i>	<i>Освоенные часы</i>	<i>баллы</i>	<i>Контрольные нормативы</i>	<i>баллы</i>
Сентябрь	16 часов (8 занятий)	16 баллов	-	-	100м** Кросс**	4 балла 4 балла
Октябрь	16 часов (8 занятий)	16 баллов	8 часов		-	-
Ноябрь	16 часов (8 занятий)	16 баллов	8 часов		-	-
Декабрь	18 часов (9 занятий)	18 баллов	8 часов	16 баллов	Пресс** Отжимание** Длина**	4 балла 4 балла 4 балла
					Специальные** * нормативы	8 баллов
Всего в семестре	66 часов (33занятия)	66 баллов	24 часа	16 баллов	28 баллов	
ИТОГО	90 часов / 100 баллов					

2 курс, IV семестр (весенний) 2020/2022 уч. г.
(Группа здоровья основная)

Месяц	Практические занятия (контактная работа)		Текущий и итоговый контроль			
			Самостоятельная работа*		Контактная самостоят. работа*	
	<i>Освоенные часы (практ. занятия)</i>	<i>баллы</i>	<i>Освоенные часы</i>	<i>баллы</i>	<i>Контрольные нормативы</i>	<i>баллы</i>
Февраль	8 часов (4занятия)	8 баллов	12 часов	4 балла	-	-
Март	8 часов (4 занятия)	8 баллов	12 часов	4 балла	-	-
Апрель	8 часов (4 занятия)	8 баллов	12 часов	8 баллов	Отжимание** Длина**	4 балла 4 балла
Май	8 часов (4 занятия)	8 баллов	22 часа	24 балла	Пресс** 100м** Кросс**	4 балла 4 балла 4 балла
					Специальные** * нормативы	8 баллов
Всего в семестре	32 часа (16 занятий)	32 балла	58 часов	40 баллов	28 баллов	
ИТОГО	90 часов / 100 баллов					

* Самостоятельное (или частично самостоятельное) выполнение студентом блоков тематических заданий, разработанных кафедрой физического воспитания в соответствии с учебно-тематическими планами отделений или специализаций на текущий учебный семестр

** Общие контрольные нормативы (их списка норм ВФСК ГТО). К выполнению контрольных нормативов студенту в семестре необходимо освоить не менее 40 часов учебной дисциплины

*** Специальные контрольные нормативы, разработанные кафедрой физического воспитания в соответствии со спецификой отделений или специализаций на текущий учебный семестр. К выполнению контрольных нормативов студенту в семестре необходимо освоить не менее 40 часов учебной дисциплины

8.1. Реферативно-аналитическая работа

Примерные темы реферативно-аналитической работы

Раздел 1.

11. Формы занятий физическими упражнениями.
12. Что такое урочные формы занятий.
13. Что такое внеурочные формы занятий.
14. Малые формы занятий.
15. Крупные формы занятий.
16. Соревновательные формы занятий.
17. Основная направленность занятий по общей физической подготовке.
18. Спортивно-тренировочные занятия.
19. Методико-практические занятия.
20. Занятия по прикладной физической подготовке.
21. Для чего необходима вводная часть, подготовительная, основная, заключительная части занятия
22. Индивидуальные и групповые занятия.
23. Цель спортивной тренировки.
24. Какие стороны подготовки спортсмена входят в содержание спортивной тренировки
25. Для чего необходима теоретическая подготовка спортсмена в выбранном виде спорта
26. Что включает в себя техническая подготовка спортсмена
27. Для чего необходима психологическая подготовка спортсмена
28. Для чего необходима тактическая подготовка спортсмена
29. Основные задачи, решаемые в ходе подготовки оздоровительной тренировки
30. Основные задачи, решаемые в ходе спортивной тренировки
31. В чем разница между оздоровительной и спортивной тренировкой
32. Чем характеризуется «тренированность»
33. Чем характеризуется «подготовленность»
34. Чем характеризуется «спортивная форма»
35. Что такое «специальная тренированность»
36. Что такое «общая тренированность»
37. Перечислите принципы спортивной тренировки.
38. Перечислите принципы оздоровительной тренировки.

39. Принципы индивидуализации при построении и проведении тренировок
40. Характеристики спортивной специализации
41. Избранные соревновательные упражнения, специально подготовленные упражнения.
42. Методы спортивной тренировки.
43. Общепедагогические методы спортивной тренировки.
44. Практические методы, наглядные методы.
45. Методы, направленные (преимущественно) на совершенствование физических качеств
46. Интервальный метод тренировки
47. Игровой метод оздоровительной тренировки
48. Структура тренировки
49. Этап углубленной специализации
50. Этап совершенствования

Раздел 2.

1. Комплекс ГТО в нашей стране
2. Из скольких ступеней состоял первый комплекс ГТО в нашей стране
3. Вторая ступень комплекса ГТО
4. Ступень «Будь готов к труду и обороне»
5. Специальная ступень комплекса ГТО «ВСК» (военно-спортивный комплекс)
6. Ступень «ГЗР» (готов к защите Родины)
7. В 1968 году введен комплекс «Готов к гражданской обороне», для какой категории граждан введен этот комплекс
8. Прекращение существования комплекса ГТО
9. Возрождение ВФСК ГТО
10. Современный комплекс ГТО – ступени и части
11. Нормативно-тестирующая часть ВФСК ГТО, спортивная часть ВФСК ГТО
12. Принципы построения комплекса ГТО
13. Основными направлениями внедрения комплекса ГТО являются:
14. Структура каждой ступени комплекса ГТО (блоки)
15. К обязательным тестам относятся:
16. К тестам по выбору относятся:
17. Послы ГТО. Фирменный стиль ГТО
18. Идентификационный номер, что означают цифры идентификационного номера
19. Медицинская справка-допуск на выполнение норм ГТО
20. В течении какого времени выполняются нормативы комплекса ГТО
21. Протокол тестирования ГТО, кто его подписывает, сколько лет хранятся данные о выполнении гражданами испытаний комплекса ГТО
22. Знак отличия ГТО
23. Приказ о награждении граждан золотым знаком ГТО
24. Для того чтобы участники могли полностью реализовать свои способности тестирование начинается с наименее энергозатратных видов испытаний.

25. Наиболее эффективной порядок сдачи норм комплекса ГТО
26. Выполнение норматива «челночный бег»
27. Выполнение нормативов «бег на 30, 60, 100 м»; «бег на 1; 1,5; 2; 3 км»
28. Выполнение нормативов «смешанное передвижение», «кросс по пересеченной местности»
29. Выполнение норматива «прыжок в длину с места»
30. Выполнение нормативов «Подтягивание из виса лежа на низкой перекладине», «Подтягивание на высокой перекладине»
31. Выполнение норматива «рывок гири»
32. Выполнение норматива «сгибание и разгибание рук в упоре лежа»
33. Выполнение норматива «поднимание туловища из положения лежа на спине»
34. Выполнение норматива «наклон вперед из положения стоя с прямыми ногами на полу или на гимнастической скамье»
35. Выполнение нормативов «метание теннисного мяча в цель», «метание спортивного снаряда на дальность»
36. Выполнение нормативов «плавание на 10, 15, 25, 50 м»
37. Выполнение норматива «бег на лыжах на 1, 2, 3, 5 км»
38. Выполнение норматива «стрельба из пневматической винтовки»
39. Выполнение норматива «туристический поход с проверкой туристических навыков»
40. Выполнение норматива «скандинавская ходьба»

Раздел 3.

1. Физкультурно-спортивные мероприятия.
2. Массовые физкультурно-оздоровительные мероприятия.
3. Отличие массовых физкультурно-оздоровительных мероприятий от спортивных соревнований.
4. Рекламно-пропагандистские мероприятия.
5. Учебно-тренировочные мероприятия.
6. Предмет состязаний.
7. Судейство.
8. Спортсмены.
9. Классификация спортивных соревнований.
10. Классификация спортивных соревнований по целям их проведения:
11. Главные (основные) спортивные соревнования.
12. Отборочные спортивные соревнования.
13. Подводящие спортивные соревнования.
14. Квалификационные спортивные соревнования.
15. Подготовительные спортивные соревнования.
16. ЕВСК.
17. Перечислите комплексные соревнования.
18. Перечислите соревнования по отдельным видам спорта (дифференциация).
19. Чемпионаты, кубки, первенства (в соответствии с ЕВСК).

20. Правила военно-прикладных и служебно-прикладных видов спорта.
21. Правила национальных видов спорта.
22. Спорт высших достижений.
23. ЕКП (единый календарный план), части ЕКП.
24. Порядок организации и проведения крупнейших спортивных соревнований (Олимпийских игр)
25. Организация, организующая и проводящая соревнования – назовите порядок.
26. Волонтеры. Их роль в помощи проведения соревнований.
27. Волонтерское движение.
28. Классификация спортивных соревнований.
29. Сценарий спортивного соревнования.
30. Системы (способы) проведения спортивных соревнований. Система непосредственного определения мест:
31. Круговая система. Система с выбыванием.
32. Принципы четвертьфиналов, полуфиналов, финалов.
33. Смешанная система соревнований.
34. Блицтурниры.
35. Выбор системы проведения соревнований.
36. Обеспечение безопасности проведения соревнований.
37. «Этика спорта». Профессиональная этика.
38. FAIR PLAY – как основа этичного поведения. Принципы Fair Play.
39. Профилактика нарушений спортивной этики.
40. ВАДА. ее цели и задачи.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 7 практических, контрольных тестовых нормативов в каждом семестре. Максимальная оценка за контрольные нормативы 1-4 семестр, составляет 4 балла за каждый. Всего в каждом учебном семестре за все нормативы максимум 28 баллов.

Примерные обязательные практические тесты общеразвивающей направленности по общей физической подготовке – для текущего контроля освоения дисциплины

(проводятся в начале семестра, результаты приведены в соответствии с нормами ВФСК ГТО – для сравнительного анализа)

МУЖЧИНЫ				ЖЕНЩИНЫ			
4 балла. золото	3 балла, серебро	2 балла, бронза	1 балл	4 балла. золото	3 балла, серебро	2 балла, бронза	1 балл
1. БЕГ 100 метров, сек							

13,5	14,8	15,1	15,2	16,5	17,0	17,5	17,6
2. КРОСС, мин.							
3 000 метров				2 000 метров			
12,30	13,30	14,00	14,01	10,30	11,15	11,35	11,36
3. ПРЕСС (лежа на спине, руки за головой, ноги согнуты в коленях и зафиксированы). Поднять корпус, грудью коснуться колен (оценивается качество выполнения упражнения), количество раз за 1 минуту							
47	40	34	33	47	40	34	33
4. ПРЫЖОК В ДЛИНУ С МЕСТА , толчком двумя ногами, см							
240	230	215	214	195	180	170	169
5. СГИБАНИЕ И РАЗГИБАНИЕ РУК В УПОРЕ лежа на полу (оценивается качество выполнения упражнения), кол-во раз							
25	20	16	12	14	12	10	9
6. Подтягивание из виса на высокой перекладине , кол-во раз				6. Подтягивание из виса на низкой перекладине , кол-во раз			
13	10	9	8	13	10	8	6

Примерные практические тесты специальной направленности по общей физической подготовке – для текущего контроля освоения дисциплины
(проводятся в конце каждого семестра)

МУЖЧИНЫ				ЖЕНЩИНЫ			
1. «ГИБКОСТЬ» – Наклон вперед из положения стоя с прямыми ногами на гимнастической скамье (ниже уровня скамьи – см)							
4 балла	3 балла	2 балла	1 балл	4 балла	3 балла	2 балла	1 балл
+13	+7	+6	+5	+16	+11	+8	+7
2. Метание спортивного снаряда (мяча 150 г) с расстояния 6 м в мишень диаметром 1 м (пять попыток)							
4 балла	3 балла	2 балла	1 балл	4 балла	3 балла	2 балла	1 балл
5	4	3	2	5	4	3	2

Правильность выполнения контрольных нормативов – тестов (для сравнительного анализа нормы ГТО Всероссийского физкультурно-оздоровительного комплекса)

1. «Гибкость» – наклон вперед из положения стоя с прямыми ногами стоя на гимнастической скамье

Примите исходное положение: ноги выпрямлены в коленях, расстояние между стопами 10 – 15 сантиметров. Выполните два предварительных наклона, при третьем согнитесь и задержитесь в этом положении в течении двух секунд.

2. Метание теннисного мяча

Производится с шести метров, на стене гимнастический обруч диаметром 90 см, исходное положение: туловище повернуто грудью в сторону метания, правая рука согнута в локте, локоть опущен, кисть с мячом на уровне плеча, перейдите в положение натянутого лука, финальное усилие с активным захлестом кисти руки, туловище и ноги выпрямляются.

Ошибки:

- 1) Заступ за линию метания;
- 2) Снаряд не попал в «коридор»;
- 3) Попытка выполнена без разрешения судьи.

Участнику предоставляется право выполнить три броска. В зачет идет лучший результат. Измерение производится от линии метания до места приземления снаряда.

Участники V – VII ступеней выполняют метание спортивного снаряда весом 700 и 500 г.

3. Бег на короткие дистанции – 100 метров

Технику бега на короткие дистанции можно условно разбить на 4 фазы:

- старт
- стартовый разбег
- бег на дистанции
- финиширование

4. КРОСС – бег на длинные дистанции по пересеченной местности

Кросс – бег по пересеченной местности. Это легкоатлетическая дисциплина, которая направлена на гармоничное физическое развитие человека. Занятия кроссом благотворно влияют на организм в целом: развивают силу мышц, укрепляют нервную систему, улучшают кровообращение и дыхательную работу. Кроме того, кроссы развивают сообразительность человека, умение преодолевать препятствия и распределять свои силы. Основными задачами кроссовой подготовки являются: тренировка выносливости; развитие скорости, силы и ловкости; воспитание потребности в самостоятельных физических занятиях.

Уроки кроссовой подготовки следует начинать с разминки. Она может длиться от 5 до 15 минут. Не стоит усердствовать, чтобы поберечь силы для выполнения основных упражнений. Комплекс разминки включает разные виды ходьбы (на носках и на пятках), бег приставным шагом на правый и левый бок и упражнение на дыхание. В качестве общего разогрева мышц тела можно использовать классические вращения головой и руками, наклоны вперед/назад, выпады и прыжки (<http://fb.ru/article/287300/krossovaya-podgotovka-znachenie>)

5. Прыжок в длину с места толчком двумя ногами

Прыжок в длину с места толчком двумя ногами выполняется в соответствующем секторе для прыжков. Место отталкивания должно обеспечивать хорошее сцепление с обувью. Участник принимает исходное

положение (далее – ИП): ноги на ширине плеч, ступни параллельно, носки ног перед линией измерения.

Одновременным толчком двух ног выполняется прыжок вперед. Мах руками разрешен.

Измерение производится по перпендикулярной прямой от линии измерения до ближайшего следа, оставленного любой частью тела участника. Участнику предоставляются три попытки. В зачет идет лучший результат.

Ошибки:

- 1) заступ за линию измерения или касание ее;
- 2) выполнение отталкивания с предварительного подскока;
- 3) отталкивание ногами одновременно.

6. Пресс – норматив на укрепление мышц брюшного пресса. Упражнение выполняется только на жесткой поверхности. На пол необходимо положить туристический коврик. Выполнять упражнение «пресс» могут только те студенты, у которых нет проблем со спиной (!) для тех студентов, у которых группа здоровья – основная. Верхний пресс: согните ноги в коленях, поднимайте корпус вверх, причем поясница не должна отрываться от пола, только предплечья и лопатки.

Упражнение выполняется плавно, избегая рывков. Вдох стоит делать, поднимая корпус, а выдох – возвращаясь в исходное положение.

7. «Отжимание»:

7.1. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу

Тестирование сгибания и разгибания рук в упоре лежа на полу, может проводиться с применением «контактной платформы», либо без нее. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу, выполняется из ИП: упор лежа на полу, руки на ширине плеч, кисти вперед, локти разведены не более чем на 45 градусов, плечи, туловище и ноги составляют прямую линию. Стопы упираются в пол без опоры.

Сгибая руки, необходимо коснуться грудью пола или «контактной платформы» высотой 5 см, затем, разгибая руки, вернуться в ИП и, зафиксировав его на 0,5 с, продолжить выполнение тестирования.

Засчитывается количество правильно выполненных сгибаний и разгибаний рук.

Ошибки:

- 3) касание пола коленями, бедрами, тазом;
- 2) нарушение прямой линии «плечи - туловище – ноги»;
- 3) отсутствие фиксации на 0,5 с ИП;
- 4) поочередное разгибание рук;
- 5) отсутствие касания грудью пола (платформы);
- 6) разведение локтей относительно туловища более чем на 45 градусов.

7.2. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа на гимнастической скамье или на сиденье стула

Сгибание и разгибание рук в упоре лежа выполняется из ИП: упор лежа на гимнастической скамье (или сиденье стула), руки на ширине плеч, кисти рук

опираются о передний край гимнастической скамьи (или сиденья стула), плечи, туловище и ноги составляют прямую линию. Стопы упираются в пол без опоры.

Сгибая руки, необходимо прикоснуться грудью к гимнастической скамье (или сиденья стула), затем, разгибая руки, вернуться в ИП и, зафиксировав его на 0,5с, продолжить выполнение упражнения.

Засчитывается количество правильно выполненных сгибаний - разгибаний рук, фиксируемых счетом судьи в ИП.

Ошибки:

- 1) касание пола коленями;
- 2) нарушение прямой линии «плечи – туловище – ноги»;
- 3) отсутствие фиксации ИП на 0,5с;
- 4) поочередное разгибание рук;
- 5) отсутствие касания грудью скамьи (или стула).

8. Подтягивание из виса на высокой перекладине (мужчины)

Подтягивание из виса на высокой перекладине выполняется из ИП: вис хватом сверху, кисти рук на ширине плеч, руки, туловище и ноги выпрямлены, ноги не касаются пола, ступни вместе.

Участник подтягивается так, чтобы подбородок пересек верхнюю линию грифа перекладины, затем опускается в вис и, зафиксировав на 0,5 с ИП, продолжает выполнение упражнения. Засчитывается количество правильно выполненных подтягиваний.

Ошибки:

- 1) подтягивание рывками или с махами ног (туловища);
- 2) подбородок не поднялся выше грифа перекладины;
- 3) отсутствие фиксации на 0,5 с ИП;
- 4) разновременное сгибание рук.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины

Итоговый контроль по дисциплине не предусмотрен.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература.

А. Основная литература

1. **Головина В. А.** Учебная и внеучебная физкультурно-оздоровительная и спортивно-массовая работа / В. А. Головина, Т. Н. Акулова, И. В. Иванов. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2014. – 40 с.
2. **Акулова, Т. Н.** Физическая культура. Самбо. Учебно-методический комплекс / Т. Н. Акулова, В. А. Головина, В. Д. Щербинина. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2013. – 80 с.
3. **Акулова, Т. Н.** Физическая культура. Бальные танцы: Учебно-методический комплекс / Т. Н. Акулова, В. А. Головина, Р. В. Якушин. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2013. – 72 с.

4. **Акулова, Т. Н.** Физическая культура. Оздоровительная аэробика. Учебно-методический комплекс / Т. Н. Акулова, В. А. Головина, О. В. Носик, И. В. Иванов. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2013. – 85 с.
5. **Акулова, Т. Н.** Физическая культура. Атлетическая гимнастика. Зал КСК «Тушино». Учебно-методический комплекс / Т. Н. Акулова, В. А. Головина, С. А. Ушаков, И. В. Иванов. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2015. – 116 с.
6. **Плаксина, Н. В.** Психолого-педагогические и медико-биологические основы в структуре дисциплины «Физическая культура и спорт»: учеб. пособие / Н. В. Плаксина, Т. Н. Акулова. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2020. – 124 с.
7. **Носик, О. В.** – Современные технологии физической культуры для лиц с ограниченными возможностями здоровья. Аэробно – эстетические направления: учебно – методическое пособие / О. В. Носик. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2020. – 100 с.

Б. Дополнительная литература

1. **Холодов, Ж. К.** Теория и методика физического воспитания и спорта / Ж. К. Холодов, В. С. Кузнецов. – М.: Академия, 2018. – 496 с.
2. **Носик, О. В.** Классическая аэробика. Учебно-методическое пособие / О. В. Носик, В. А. Головина, Т. Н. Акулова. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2015. – 24 с.
3. **Липченко, Ю. П.** Методические рекомендации по обучению плаванию студентов с высокой степенью водобоязни и психогенной напряженностью. Учебно-методическое пособие / Ю. П. Липченко, В. А. Головина, И. В. Иванов. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2015. – 16 с.
- 4 **Рощина, М. Б.** Построение процесса тренировки квалифицированных пловцов – студентов учебных заведений / М. Б. Рощина, А. Н. Хорошев. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2015. – 36 с.
5. **Носик, О. В.** Основы степ-аэробики. Учебно-методическое пособие / О. В. Носик, Т. Н. Акулова, В. А. Головина, И. В. Иванов. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2016. – 40 с.
6. **Носик, О. В.** Средства и методы развития гибкости в учебных программах по оздоровительной аэробике. Учебно-методическое пособие / сост. О. В. Носик, Т. Н. Акулова, В. А. Головина. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2016. – 20 с.
7. **Носик, О. В.** Теория и методика силовой аэробики. Учебно-методическое пособие / О. В. Носик, Т. Н. Акулова, В. А. Головина, В. В. Головина. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2016. – 24 с.
8. **Носик, О. В.** Теория и методика танцевальной аэробики. Учебно-методическое пособие / О. В. Носик, Т. Н. Акулова, В. А. Головина, Д. Ю. Кладова. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2016. – 24 с.
9. **Головина, В. В.** Аэробика и активный отдых. Часть 1 (TRX). Учебно-методическое пособие / В. В. Головина, О. В. Носик, Т. Н. Акулова, В. А. Головина. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2016. – 24 с.
10. **Головина, В. В.** Формирование мышечного корсета на занятиях по оздоровительной аэробике для студентов непрофильного вуза (учебно-

методическое пособие) / В. В. Головина, Т. Н. Акулова, В. А. Головина. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2017. – 20 с.

11. **Рощина, М. Б.** Самостоятельные занятия физической культурой для студентов старших курсов (учебно-методическое пособие) / М. Б. Рощина, А. Н. Хорошев. - М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2017. – 36 с.

12. **Якушин, Р. В.** Самба. Адаптированный курс для студентов непрофильных специальностей / Р. В. Якушин, Т. Н. Акулова, В. А. Головина. – М.: РХТУ им. Д.И. Менделеева, 2017. – 36 с.

13. **Носик, О. В.** Нетрадиционные технологии Адаптивной физической культуры. Фитбол. Учебно-методическое пособие / О. В. Носик, Т. Н. Акулова, Д. Ю. Кладова. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2018. – 28 с.

14. **Носик, О. В.** Нетрадиционные технологии Адаптивной физической культуры. Фитбол. Учебно-методическое пособие / О. В. Носик, Т. Н. Акулова, Д. Ю. Кладова. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2018. – 28 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Методические рекомендации по выполнению самостоятельных работ.

- Видео-консультации в условиях реализации дисциплины с ЭО и ДОТ.

Публицистические журналы и научные журналы, перечня ВАК:

1. «Большой спорт» – журнал Алексея Немова. ISSN 1817–2547
<https://publishing.mediocrat.com/ru/projects/bolshoy-sport>

2. «Физическая культура, спорт – наука и практика». ISSN 1817-4779
<https://kgufkst.ru/science/nauchno-metodicheskiy-zhurnal/>

3. Лыжный спорт. ISSN 1729-6595 <https://www.skisport.ru/>

4. Шахматное обозрение. ISSN 0205-8316.<http://www.64.ru/>

5. Человек. Спорт. Медицина. ISSN 2500-0195, <https://hsm.susu.ru/hsm/index>

6. «Железный мир» ISSN 1726-8109 www.ironworld.ru

7. «Коневодство и конный спорт» ISSN <http://www.konevodstvo.org/>

8. «Легкая атлетика» ISSN 0024-4155

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

<http://studsport.ru>

Общероссийская общественная организация «Российский студенческий спортивный союз». Портал посвящен студенческому спорту как в Российской Федерации, так и в каждом конкретном регионе страны.

<https://mrsss.ru/>

Московское региональное отделение Общероссийской общественной организации «Российский студенческий спортивный союз». Портал посвящен студенческому спорту в Москве (вузы Москвы)

<https://vk.com/kafedrasportarxy>

Кафедра спорта РХТУ им. Д.И. Менделеева в контакте.

Страница создана с целью просвещения и популяризации спорта в Российском химико-технологическом университете, а также является навигатором в учебной

деятельности по дисциплинам «Физическая культура и спорт» и «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту».

<http://o-gto.ru/normy-gto-tablitsa-normativov/>

Портал является проводником по Всероссийскому физкультурно-спортивному комплексу «Готов к труду и обороне» (нормы ГТО, таблицы нормативов, техника выполнения, соревнования ГТО).

<https://www.minsport.gov.ru/sport/high-sport/skrytaya-edin-vseros/31598/>

Отдельный раздел на сайте Министерства спорта Российской Федерации, посвящен нормативному документу – Единая Всероссийская спортивная классификация 2018 – 2022 гг. (о всех видах спорта, правилах получения и присвоения разрядов и званий)

9.3. Средства обеспечения освоения дисциплины

Для реализации рабочей программы подготовлены следующие средства обеспечения освоения дисциплины:

- банк тем для реферативных работ для текущего контроля освоения дисциплины (общее число рефератов – 40);
- банк практических тестовых заданий для текущего контроля освоения дисциплины (общее число контрольных тестов – 10).

9.3.1. Для теоретического раздела:

9.3.2. Для практического раздела:

- шведские стенки;
- скамейки гимнастические;
- мячи набивные;
- скакалки, гимнастические палки, обручи;
- резина спортивная;
- «колпачки» сигнальные;
- рулетки, секундомеры, измерительные линейки большие;
- коврики туристические, маты;
- зеркальная стенка;
- индивидуальный инвентарь по выбранному виду спорта.

9.3.3. Для контрольного раздела (подготовка и сдача контрольных практических-тестов по общей физической подготовке):

- измерительные линейки большие и малые («прыжок в длину с места», «гибкость»);
- коврики туристические (норматив «пресс»);
- гимнастические скамейки (норматив – «сгибание и разгибание рук в упоре лежа от гимнастической скамьи», «гибкость»);
- мячи для тенниса (норматив «меткость»);

- секундомеры, сигнальная лента, планшеты, цветные карточки участника, оградительные флажки (норматив «кросс», «100 метров»);
- индивидуальный инвентарь по выбранному виду спорта.

Для освоения дисциплины используются следующие нормативные и нормативно-методические документы:

- Федеральный закон Российской Федерации от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102118584> (дата обращения 10.05.2022)

- Указ Президента РФ от 24.03.2014 № 172 «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (ГТО)» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/38224> (дата обращения 10.05.2022.)

- Нормы ГТО. Таблица нормативов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.gto.ru/norms> (дата обращения 10.05.2022).

- Приложение № 4 к Порядку проведения профилактических медицинских осмотров несовершеннолетних, утвержденному приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 10 августа 2017 г. № 514 н «Медицинское заключение о принадлежности несовершеннолетнего к медицинской группе для занятий физической культурой» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201708210001> (дата обращения 10.05.2022).

- Страница кафедры физического воспитания РХТУ им. Д.И. Менделеева в контакте <https://vk.com/kafedrasportarxty>

- Страница кафедры физического воспитания «Спорт в РХТУ им. Д.И. Менделеева» в контакте https://vk.com/muctr_sport

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 01.01.2022 г. составляет 1 716 243 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

Электронный учебник в свободном доступе

2. Физическая культура студента: Учебник / Под ред. В.И. Ильинича. М.: Гардарики, 2000. – 448 с.// http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/1309/1/physical_culture.pdf

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

В соответствии с учебным планом занятия по дисциплине *«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»* проводятся в форме практических занятий и самостоятельной работы обучающегося.

11.1. Оборудование, необходимое в образовательном процессе:

- для теоретического раздела (обсуждение с членами сборных команд университета тренировочных, предсоревновательных, соревновательных моментов):

оборудование с переносными электронными средствами демонстрации (компьютер со средствами звуковоспроизведения, проектор, экран) и учебной мебелью, библиотека, имеющая рабочие компьютерные места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и выходом в Интернет.

- для практического раздела:

спортивные залы различной направленности, оборудованные необходимым спортивным инвентарём:

- шведские стенки;
- скамейки гимнастические;
- мячи набивные;
- скакалки, гимнастические палки, обручи;
- резина спортивная;
- «колпачки» сигнальные;
- коврики туристические, маты;
- зеркальная стенка;
- инвентарь по различным видам спорта (волейбольные, баскетбольные, футбольные мячи, мячи для игры в регби, теннисные и бадминтонные ракетки, колабашки и доски для плавания, теннисные шарик и мячи для игры в теннис, сетки для игры в волейбол, бадминтон, теннис, настольный теннис, тренажерные устройства, гантельная горка, степ-платформы, мячи-фитболы и др.);

- столы для настольного тенниса;
- для **контрольного раздела (подготовка и сдача контрольных нормативов)**:
- измерительные линейки большие и малые (норматив прыжок в длину с места, гибкость);
- коврики туристические (норматив пресс;
- гимнастические скамейки (норматив – сгибание и разгибание рук в упоре лежа от гимнастической скамьи, гибкость);
- мячи теннисные (норматив меткость);
- секундомеры, сигнальная лента, планшеты, цветные карточки участника, оградительные флажки (норматив кросс, 100 метров);
- индивидуальный инвентарь по виду спорта.

Раздевалки студенческие (раздельно для мужчин и женщин), оборудованные шкафчиками для сменной одежды, скамейками для переодевания, дополнительными вешалками для одежды, душевыми кабинами, туалетными комнатами; розетками для подключения электрических приборов – фенов.

11.2. Учебно-наглядные пособия:

Комплекты плакатов к разделам практических занятий; комплекты плакатов к специальным разделам дисциплины по выбранному виду спорта.

Страница кафедры физического воспитания РХТУ им. Д.И. Менделеева ВКонтакте <https://vk.com/kafedrasportarxty>

11.3. 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.

11.4. 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 дисциплины; учебно-методические разработки в электронном виде; справочные материалы в печатном и электронном виде по правильности выполнения норм ВФСК ГТО в тестовом режиме; по избранному виду спорта; 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	Срок окончания действия лицензии	Примечание
1	WINHOME 10 Russian OLV NL Each AcademicEdition	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020 Контракт № не определен, проводится закупочная процедура	бессрочно	Лицензия на операционную систему Microsoft Windows 10. ПО, не принимающее прямого участия в образовательных процессах.
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point • Outlook • OneNote • Access • Publisher • InfoPath 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)	Лицензия на ПО, принимающее участие в образовательных процессах.
3	O365ProPlusOpenS tuden ts ShrdSvr ALNG SubsVL OLV NL 1Mth Acdmc Stdnt STUUseBnft Приложения в составе подписки: Outlook OneDrive Word 365 Excel 365 PowerPoint 365 Microsoft Teams	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020 Контракт № не определен, проводится закупочная процедура	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)	Лицензия на ПО, не принимающее прямого участия в образовательных процессах (инфраструктурное/ вспомогательное ПО), количество лицензий равно числу обучающихся
4	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition.	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом	Лицензия на ПО, не принимающее прямого участия в образовательных процессах

		Контракт № не определен, проводится закупочная процедура	перехода на обновлённую версию продукта)	(инфраструктурное/ вспомогательное ПО)
--	--	---	---	--

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Обязательные тесты проводятся в начале учебного года как контрольные, характеризующие уровень физической подготовленности первокурсника при поступлении в вуз и физическую активность студента в каникулярное время, и в конце учебного года – как определяющие динамику в уровне физической подготовленности за прошедший учебный год (или семестр).

В каждом семестре студенты выполняют не более 7 обязательных практических тестов, включая пять тестов общеразвивающей направленности (в зависимости от группы здоровья) контроля общей физической подготовленности, и два теста (в зависимости от группы здоровья), контроля специальной физической подготовленности.

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Основы построения оздоровительной тренировки. Теоретико-методические основы физической культуры и спорта	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - научно-практические основы физической культуры и спорта; - способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; - правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно заниматься физической культурой и спортом; - осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности; <p><i>Владеет:</i></p>	Текущий контроль. Оценка за проведение одной из составляющих частей оздоровительной тренировки, (практическое занятие)

	- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования	
Раздел 2. Двигательные возможности человека – воспитание физических качеств. ВФСК ГТО	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно заниматься физической культурой и спортом; - осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования 	<p>Прием тестов и контрольных легкоатлетических нормативов (для студентов основных и спортивных отделений). Оценка за время и качество выполнения каждого норматива. Прием тестов и контрольных нормативов (для студентов специального медицинского отделения). Оценка за технику и качество выполнения каждого норматива.</p>
Раздел 3. Методика организации и проведения спортивных соревнований и физкультурно-массовых мероприятий, Этика физической культуры и спорта	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - научно-практические основы физической культуры и спорта; - способы контроля и оценки физического развития и физической подготовленности; - правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - самостоятельно заниматься физической культурой и спортом; - осуществлять самоконтроль за 	<p>Текущий контроль. Оценка применения методических навыков по организации и проведению соревнований по выбранному виду спорта (практическое занятие).</p>

	<p>состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности;</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>- средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования</p>	
<p>Тест № 1 Бег на 100 метров</p>	<p>Знает: особенности выполнения каждого конкретного теста (контрольного норматива)</p> <p>Владеет: техникой выполнения конкретного норматива, упражнения</p> <p>Умеет: самостоятельно заниматься физической культурой и спортом;</p>	<p>Прием тестов и контрольных нормативов по легкой атлетике.</p> <p>Оценка за правильность выполнения низкого старта, время и качество выполнения каждого норматива.</p>
<p>Тест № 2 Кросс - бег 2000 м (жен) - бег 3000 м (муж)</p>	<p>самостоятельно осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма и соблюдать правила гигиены и техники безопасности;</p>	<p>Оценка за время которое пробежал студент, выносливость, общее состояние после выполнения данного норматива, ЧСС</p>
<p>Тест № 3 «Пресс» (упражнение на укрепление мышц брюшного пресса)</p>	<p>выполнять индивидуально подобранные комплексы оздоровительной физической культуры,</p>	<p>Тестирование практическое, оценивается правильность выполнения норматива, контроль дыхания, техника выполнения упражнения</p>
<p>Тест № 4 Прыжок в длину с места</p>		<p>Тестирование практическое.</p> <p>Оценка за качество техники выполнения норматива и расстояние, на которое выполняется прыжок.</p> <p>Ошибки: 1) наличие заступа за линию</p>

		<p>измерения или касание ее;</p> <p>2) выполнение отталкивания с предварительного подскока;</p> <p>3) не одновременное отталкивание двумя ногами.</p>
Тест № 5.1. Сгибание и разгибание рук в упоре лежа на полу		<p>Тестирование практическое. Оценка за качество техники выполнения норматива, и количество качественно выполненных упражнений.</p> <p>Ошибки:</p> <p>1) касание пола коленями;</p> <p>2) нарушение прямой линии «плечи – туловище – ноги»;</p> <p>3) отсутствие фиксации ИП на 0,5с;</p> <p>4) поочередное разгибание рук;</p> <p>5) отсутствие касания грудью скамьи (или стула).</p>
Тест № 5.2. Подтягивание из виса на высокой перекладине		<p>Тестирование практическое. Оценка за качество техники выполнения норматива, и количество качественно выполненных упражнений.</p> <p>Ошибки:</p> <p>1) подтягивание рывками или с махами ног (туловища);</p>

		<p>2) подбородок не поднялся выше грифа перекладины;</p> <p>3) отсутствие фиксации на 0,5 с ИП;</p> <p>4) разновременное сгибание рук.</p>
Тест № 6 Упражнение на развитие гибкости		Тестирование практическое, Оценка за качество техники выполнения норматива и расстояние, на которое выполняется наклон.
Тест № 7 Упражнение на развитие меткости		Оценка за качество техники выполнения норматива и расстояние, на которое выполняется точность выполнения бросков.
в т.ч. соревновательный		Форма: соревнования личные и командные. Оценка за участие и показанные результаты в соревнованиях.
Контрольный раздел		Оценка за выполнение контрольных зачетных нормативов. Оценка результатов защиты рефератов (у студентов специального медицинского отделения)

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

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется по отдельно разработанной программе *«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту. Адаптивная физическая культура и спорт»*

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 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
«_ Элективные дисциплины по физической культуре и спорту _»
основной образовательной программы**

« _____ »
код и наименование направления подготовки (специальности)

« _____ »
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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«__» _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Методы принятия управленческих решений»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки – «Маркетинг»

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«__» _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: старшим преподавателем кафедры менеджмента и маркетинга, П. А. Барабановым

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

«__» _____ 2022 г., протокол №

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 4 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
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 социально-психологические технологии развития и саморазвития; УК-6.3 Умеет критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении 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	Тип задач профессиональной деятельности: проектный
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий					
Разработка реализации корпоративной конкурентной стратегии организации, также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);	и и Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы	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	07 Административно управленческая и офисная деятельность 07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты	

<p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>		<p>ПК-3.3. Владеет навыками реализации управленческих решений и приемами мотивации</p>	<p>Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации -6.</p> <p>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</p>
--	---	--	--	---

Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).				
---	--	--	--	--

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- 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 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.	36	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.	10	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.	36	10	5	20
3.1	Основные методы разработки управленческих решений. Метод причинно-следственного анализа (ПСА).	13	4	2	7

3.2	Сетевое моделирование (топологические методы) в разработке УР.	13	3	2	7
3.3	Экспертные методы принятия решения.	10	3	1	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.	36	6	3	28
1.1	Возникновение науки об управлении.	13	2	1	10
1.2	Управленческие решения в системе управления.	13	2	1	9
1.3	Процесс подготовки и принятия управленческих решений.	10	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.	13	2	1	9
2.3	Методологические основы управленческих решений.	10	1	1	9
3.	Раздел 3. Методы разработки управленческих решений.	36	5	2	28

3.1	Основные методы разработки управленческих решений. Метод причинно-следственного анализа (ПСА).	13	2	1	10
3.2	Сетевое моделирование (топологические методы) в разработке УР.	13	2	1	9
3.3	Экспертные методы принятия решения.	10	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 корректив 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. Южаевой: 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 социально-психологические технологии развития и саморазвития;			
		– УК-6.3 Умеет критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач.			

В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

	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.	2
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	2

		экспертов. Сравнительная характеристика методов опроса экспертов. Обработка результатов и оценка согласованности мнений экспертов.	
--	--	--	--

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	1

		коллективного и индивидуального опроса экспертов. Сравнительная характеристика методов опроса экспертов. Обработка результатов и оценка согласованности мнений экспертов.	
--	--	---	--

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 контрольных работ (максимальная оценка 15 баллов).

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. Юкаевой, 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 (4 семестр – зачет).

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 Гантта.

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 МВА)
- www.Soft.gonext.ru (Менеджмент управленческих решений. Автоматизация бизнеса)
- www.socionet.ru - Онлайн-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> (дата обращения: 18.06.2022).

- 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> (дата обращения: 18.06.2022).

- 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> (дата обращения: 18.06.2022).

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: • Word • Excel • Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Историко-теоретические аспекты науки об управлении и управленческих решениях.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 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; 	<p>Оценка за контрольную работу №1 (5 семестр)</p> <p>Оценка за <i>зачет</i> (5 семестр)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Владеет:</i></p>	
--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Раздел 2. Классификация и типология управленческих решений.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 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; 	<p>Оценка за контрольную работу №1 (5 семестр)</p> <p>Оценка за <i>зачет</i> (5семестр)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; 	
--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> – использовать приемы обеспечения социальной и нравственно-этической ответственности при исполнении решений; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Раздел 3. Методы разработки управленческих решений.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля; – методики оценки эффективности и порядок 	<p>Оценка за контрольную работу №1 (5 семестр)</p> <p>Оценка за <i>зачет</i> (5 семестр)</p>

	<p>контроля реализации управленческих решений;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 	
--	--	--

	<p>решений, контроля их реализации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – рассчитывать эффективность принимаемых управленческих решений; – использовать приемы обеспечения социальной и нравственно-этической ответственности при исполнении решений; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
--	---	--

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
«Методы принятия управленческих решений»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление проектами»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 **«Управление 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 **«Управление проектами»** 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:**

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-2.2. 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
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
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-6.4. Владеет приемами анализа собственных действий при управлении коллективом и при самоорганизации
Инклюзивная компетентность	УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК-9.1. Знает и понимает особенности поведения членов коллектива с ограничениями по здоровью
		УК-9.2. Умеет взаимодействовать с членами коллектива с ограничениями по здоровью
		УК-9.3. Владеет приемами анализа собственных действий при

		общении с членами коллектива с ограничениями по здоровью
--	--	--

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p>	<p>ПК-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности</p> <p>ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие</p>	<p>ПК-2.2. Умеет проводить анализ создания и развития производства объектов техники и оказания услуг</p> <p>ПК-2.3. Владеет современными инструментами управления проектами и процессами</p> <p>К-4.4. Умеет оценивать эффективность бизнес-процессов и проектов</p> <p>ПК-4.5. Умеет определять целевые показатели хозяйственной деятельности организации</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>требованиям и целевым показателям процесса</p>		<p>В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>
		<p>ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты</p>	<p>ПК-5.1. Знает методологию процессного управления</p> <p>ПК-5.3. Знает принципы и методы управления изменениями</p> <p>ПК-5.4. Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов хозяйствующих субъектов</p> <p>ПК-5.7. Владеет навыком разработка контрольных точек, позволяющих оценивать степень эффективности проекта или процесса</p> <p>ПК-5.8. Владеет навыками оформления результатов анализа функциональных процессов и проектов</p> <p>ПК-5.9. Владеет навыками разработки регламентирующей документации для</p>	

<p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>			<p>функциональных процессов и проектов</p>	
--	--	--	--	--

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	4	144	108
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	3,11	112	84
Контактная самостоятельная работа	3,11	0,4	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		111,6	83,7
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	36	4	2		30
2.	Раздел 2. Области знаний управления проектами	40	4	6		30
3.	Раздел 3. Методология управления проектами	40	4	6		30
4.	Раздел 4. Проектное управление в волонтерской деятельности	28	4	2		22
	ИТОГО	144	16	16	-	112

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 ANSIPMIPMBOK 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 (hadí-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-2.2. 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	+	+		
12	–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		+	+	+

13	–УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	–УК-6.4. Владеет приемами анализа собственных действий при управлении коллективом и при самоорганизации		+	+	+
14	–УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	–УК-9.1. Знает и понимает особенности поведения членов коллектива с ограничениями по здоровью			+	+
		–УК-9.2. Умеет взаимодействовать с членами коллектива с ограничениями по здоровью			+	+
		–УК-9.3. Владеет приемами анализа собственных действий при общении с членами коллектива с ограничениями по здоровью			+	+
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-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности	–ПК-2.2. Умеет проводить анализ создания и развития производства объектов техники и оказания услуг	+	+		
		–ПК-2.3. Владеет современными инструментами управления проектами и процессами	+		+	
16	–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-4.5. Умеет определять целевые показатели хозяйственной деятельности организации		+	+	+
17	–ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	–ПК-5.1. Знает методологию процессного управления	+	+	+	+
		–ПК-5.3. Знает принципы и методы управления изменениями	+	+	+	+

		–ПК-5.4. Умеет разрабатывать планы развития функциональных процессов и проектов хозяйствующих субъектов		+	+	
		–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		+	+	

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, госты и др.	2
2	Раздел 2. Области знаний управления проектами	Разработка концепции проекта, анализ внешней и внутренней среды. Планирование и контроль проекта. Разработка устава проекта.	6
3	Раздел 3. Методология управления проектами	Научно-исследовательские проекты – особенности управления. Разрешение конфликтов в команде, фасилитация рабочего потока.	6
4	Раздел 4. Проектное управление волонтерской деятельности	Риски и фандрайзинг добровольческого проекта.	2

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	Фандрайзинг добровольческого проекта.	1

	управление волонтерской деятельности	В	
--	--	---	--

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 Гантта 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 набегавшей 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 // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469084>

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, 2020. – 383 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00436-6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/449791>

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 // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468930>

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 проектами*» 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 7. Word 8. Excel 9. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Введение в управление проектами</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и методы управления проектами; – принципы организации проектного управления; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать и оформлять проектную документацию; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами. 	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольную работу</p> <p>Оценка за итоговый опрос</p>
<p>Раздел 2. Области знаний управления проектами</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и методы управления проектами; – систему оценки ресурсов, рисков, сроков проекта; – принципы организации проектного управления <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать и оформлять проектную документацию; – применять методики оценки параметров управления в проектах; – разрабатывать стратегию управления проектами <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами; 	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольную работу</p> <p>Оценка за итоговый опрос</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – методами анализа путей реализации проектов; – методами анализа рисков в проектном управлении. 	
<p>Раздел 3. Методология управления проектами</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – систему оценки ресурсов, рисков, сроков проекта; – принципы организации проектного управления <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать стратегию управления проектами <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами и принципами управления проектами в соответствии с международными и российскими стандартами; – методами анализа путей реализации проектов; – методами анализа рисков в проектном управлении. 	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольную работу</p> <p>Оценка за итоговый опрос</p>
<p>Раздел 4. Проектное управление в волонтерской деятельности</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и методы управления проектами <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать и оформлять проектную документацию; – разрабатывать стратегию управления проектами <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами анализа путей реализации проектов. 	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольную работу</p> <p>Оценка за итоговый опрос</p>

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
«Управление проектами»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Управленческий учет»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом химических наук, доцентом, доцентом
кафедры менеджмента и маркетинга С.Г. Авруцкой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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:**

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				
<p>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).</p>	<p>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)</p>	<p>ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса</p>	<p>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</p>	<p>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.</p>

			ПК-4.7. Владеет навыками оценки эффективности хозяйственной деятельности	
--	--	--	--	--

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		0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	1,67	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		0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,33	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 ТРЕБОВАНИЯМ 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 <i>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</i>					
	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	- 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			+

	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		Введение	1
2	1.1	Классификация затрат.	1
3-7	1.2	Распределение косвенных затрат. Расчет полной и неполной себестоимости Показный 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 Показный 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? Попроцесный метод?
13. Что является объектом учета затрат в позаказном методе? В попроцесном методе?
14. В чем состоит сущность позаказного метода? Попроцесного 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 непрямые затраты
- в) постоянные и прямые затраты
- г) постоянные и непрямые затраты

2. Какие из следующих затрат включаются в производственную себестоимость при методе абсорпшен-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
- б) 18,420 единиц
- в) 13,590 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
- б) косвенные производственные затраты
- в) и а) и б)
- 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
- б) \$60
- в) \$61
- 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
- б) \$21
- в) \$62
- 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
- б) \$8
- в) \$10
- 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
- б) \$4.17
- в) \$5.00
- г) \$6.25

17. Реалистично predetermined затраты прямых материалов, прямого труда и общепроизводственных расходов на единицу продукции известны как:

- а) периодические затраты
- б) переменные затраты
- в) predetermined коэффициенты
- г) нормативные затраты

18. Для вычисления нормативного коэффициента постоянных общепроизводственных расходов общие планируемые постоянные ОПР делятся на:

- а) практическую мощность
б) избыточную мощность
в) нормальную мощность
г) теоретическую (идеальную) мощность

19. Техника выявления и анализа областей необычных продуктов или необычных результатов деятельности называется

- а) учет нормативных затрат
б) анализ отклонений
в) управление по отклонениям
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 ГМЗ1 %)		МЗНП
Затраты на обработку (степень готовности ГЗО1 %)		ЗОНП
Количество деталей, начатых в течение месяца	Н	
Количество деталей, завершённых в течение месяца	З	
Степень готовности незавершенного производства на конец периода		
- по прямым материальным затратам – ГМЗ2 %		
- 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 x \$1/кг)	\$ 60.00
Труд (3 часа x \$10/час)	30.00
Общепроизводственные расходы (3 часа x \$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 x \$1.10/фунт)	\$ 63.80
Труд (3.1 часа x \$10/час)	31.00
Общепроизводственные расходы (\$39,930/1,650 стекол)	24.20

Общие фактические затраты	\$119.0 0
---------------------------	--------------

Рассчитать:

а) нормативную и фактическую себестоимость единицы продукции;
б) 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 бакалавриата и специалитета / В. Т. Чая, Н. И. Чупахина. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 332 с. — (Бакалавр и специалист). — ISBN 978-5-534-10739-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/431428> (дата обращения: 27.07.2022).

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

11. Авруцкая С.Г. Управленческий учет. Учебное пособие. М.: М., РХТУ, 2010.- 92 с.

12. Этрилл П., МакЛейни Э. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов, М.: Альпина Паблишер. – 2016. – 648 с.

13. Друри К. Управленческий и производственный учет. Вводный курс/Пер. с англ. – 5-е изд. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 736 с.

14. Хорнгрен Ч., Фостер Дж., Датар Ш. Управленческий учет, 10-изд./Пер. с англ. – СПб: Питер, 2008. – 1008 с.:ил.

15. Кондраков Н.П., Иванова М.А. Бухгалтерский управленческий учет: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 368 с.

16. Молчанов С.С. Управленческий учет за 14 дней. Экспресс-курс / 2-е изд., исправленное. – М.: Эксмо, 2009. – 544 с.
17. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет. Учебное пособие / – М.: «ИПБ-БИНФА», 2006 г. – 486 с.
18. Хруцкий В.Е., Сизова Т.В., Гамаюнов В.В. Внутрифирменное бюджетирование. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.
19. 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.ру»
- <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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «*Управленческий учет*» 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;

Авруцкая С.Г. Управленческий учет. Учебное пособие. М.: М., РХТУ, 2010.- 92 с.,

Управленческий учет. Рабочая тетрадь: учебно-методическое пособие / сост.: С. Г. Авруцкая. – 2-е изд., доп. – М.: РХТУ им. Д. И. Менделеева, 2017. – 80 с.;

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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 10. Word 11. Excel 12. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Учет затрат на производство продукции и калькулирование себестоимости</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками учета различных категорий прямых и косвенных затрат и расчета себестоимости; – навыками использования методологии позаказного и попроцессного учета – навыками работы с научной, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по теоретическим и практическим аспектам управленческого учета 	<p>Оценка за опрос</p> <p>Оценка за домашнее задание №1</p> <p>Оценка за контрольную работу №1</p>

<p>Раздел 2. Анализ и принятие управленческих решений</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение затрат; – выделять переменные и постоянные, релевантные и нерелевантные затраты; – пользоваться моделью безубыточности для принятия управленческих решений. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками подготовки учетной информации для принятия управленческих решений; – навыками анализа количественной и качественной информации для принятия управленческих решений. 	<p>Оценка за опрос</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p>
<p>Раздел 3. Планирование и контроль</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методологией анализа отклонений («план-факт анализ»); 	<p>Оценка за опрос на практическом занятии</p> <p>Оценка за домашнее задание № 2</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p>

	<ul style="list-style-type: none">– методологией составления различных бюджетов– навыками работы с научной, справочной литературой и электронно-библиотечными ресурсами по теоретическим и практическим аспектам управленческого учета.	
--	--	--

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 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»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Налогообложение»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «01» июня 2022 г., протокол № 7

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 маркетинга.

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 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-1.4. Умеет определять и оценивать варианты возможных решений задачи УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, кон-троллинга и информационно-аналитической поддержки</p>	<p>ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации</p>	<p>ПК-1.2. Умеет проводить поиск информации с оценкой достоверности</p> <p>ПК-1.3. Владеет навыками использования современных инструментов проведения оценочных исследований</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса</p>

<p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>	<p>управленческих решений и консалтинга)</p>			<p>организации или административного регламента организации.</p>
<p>Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации;</p> <p>Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы</p> <p>08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>	<p>ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса</p>	<p>ПК-4.5. Умеет определять целевые показатели хозяйственной деятельности организации</p> <p>ПК-4.9. Владеет навыками формирования предложений по оптимизации финансовой деятельности хозяйствующего субъекта</p>	<p>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.</p> <p>Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации</p>

				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:	0,33	24	18
Лекции	0,22	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,11	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,42	48	36
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,42	48	36
Вид контроля:			
Экзамен	0.25	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация	0.25	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	-	60
	Экзамен	36				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	-	84
	Экзамен	36				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;			+	
6	- заполнять налоговые декларации и анализировать их содержание.			+	+
	Владеть:				
7	- практикой применения отдельных специальных налоговых режимов.				+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:					
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК			
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.	2
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.	9
3	Раздел 3	Пример анализа целесообразности применения различных объектов обложения при упрощенной системе налогообложения; целесообразность применения налога на предпринимательский доход; Оценка стоимости патента.	5

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 45 – 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) обеспечению 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 ставки;
 - 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 2022г., использует в качестве объекта обложения «доход минус расход», приобретает в первом квартале 2022г. 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 2022г., использует в качестве объекта обложения «доход», приобретает в первом квартале 2022г. 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. Амортизируемой 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**:

<p>«<i>Утверждаю</i>» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга <small>(Должность, наименование кафедры)</small></p> <p>_____ <u>Д.С. Лопаткин</u> <small>(Подпись) (И. О. Фамилия)</small></p> <p>« » августа 2022г.</p>	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)
	Налогообложение
Билет № 1	
<p>1. Определение понятия «налог» и «сборы». Характерные черты и признаки. Условия установления.</p> <p>2. Порядок определения доходов и расходов при кассовом методе (налог на прибыль и УСН)</p>	

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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/481950> .

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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469875>

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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469145>

3. Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение. Практикум: учебное пособие для вузов / В. Г. Пансков, Т. А. Левочкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-5292-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469307> (дата обращения: 02.08.2022).

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Основы налогообложения</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие и социально-экономическую сущность налогов; - понятие и теоретические характеристики налоговой системы; - сущность, цели и формы налоговой политики; - понятие и сущность налогового администрирования. 	<p>Оценка по результатам устного опроса и результата теста.</p>
<p>Раздел 2. Налогообложение юридических и физических лиц</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие и социально-экономическую сущность налогов; - сущность, цели и формы налоговой политики. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - определять налоговую базу и рассчитывать суммы основных налогов. - заполнять налоговые декларации и анализировать их содержание. 	<p>Оценка за три контрольные работы 1.2.3.</p>
<p>Раздел 3. Специальные налоговые режимы</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность, цели и формы налоговой политики. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - заполнять налоговые декларации и анализировать их содержание. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - практикой применения отдельных специальных налоговых режимов. 	<p>Опрос и оценка за контрольную работу 4, практическое задание.</p>

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 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
«Налогообложение»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«2» июля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Товароведение»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена доцентом кафедры менеджмента и маркетинга И.А.
Ломакиной

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«1» июня 2022 г., протокол № 7

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 **«Товароведение»** относится к обязательной дисциплине вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области маркетинга, знают основы экономической теории, статистики.

Цель дисциплины - обеспечение студентов системой знаний о товаре как объекте коммерческой деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов навыков оценки потребительских свойств товаров;
- изучение ассортимента и номенклатуры товаров;
- овладение методами оценки уровня качества и конкурентоспособности продукции;
- ознакомление студентов с правилами проведения экспертизы товаров;
- изучение требований к информации о товарах;
- овладение навыками управления ассортиментом и качеством товаров;
- ознакомление с основами технического регулирования.

Дисциплина **«Товароведение»** преподается в 5 семестре (очная форма) и 7 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 методы поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода, основанного на научном мировоззрении при решении задач профессиональной деятельности
		УК-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие
		УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи

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				
<p>Разработка и реализация корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой); Формирование организационной и управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды</p>	<p>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,</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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</p>

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).	контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)	и	ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации	Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - б. 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-7. Способен формировать предложения по

		<p>совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>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</p>	<p>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</p>
--	--	---	---	--

				<p>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)</p>
--	--	--	--	--

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- методы классификации товаров;
- свойства и показатели ассортимента и качества товара;
- принципы и методы формирования ассортимента и качества товаров;
- основы стандартизации, метрологии и сертификации.

Уметь:

- оценить показатели ассортимента и качества товаров;
- пользоваться российскими классификаторами;
- организовать работы по проведению экспертизы товаров;
- подготовить документы к сертификации товара.

Владеть:

- методами научной классификации и систематизации информации;
- навыками работы с нормативными документами;
- навыками управления ассортиментом торговой организации;
- информационными ресурсами в области товароведения.

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	<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		

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		<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. Основы товароведения, классификация, кодирование, товарная информация	27	8	4	15
2	Раздел 2. Ассортимент товара, управление ассортиментом	27	8	4	15
3	Раздел 3. Качество товара, управление качеством, экспертиза товара.	31	8	8	15
4	Раздел 4. Стандартизация, метрология, сертификация	23	8	-	15
	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. Основы товароведения, классификация, кодирование, товарная информация	27	4	2	21
2	Раздел 2. Ассортимент товара, управление ассортиментом	27	4	2	21

3	Раздел 3. Качество товара, управление качеством, экспертиза товара.	<i>27</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	<i>21</i>
4	Раздел 4. Стандартизация, метрология, сертификация	<i>27</i>	<i>4</i>	<i>2</i>	<i>21</i>
	ИТОГО	108	16	8	84
	Экзамен	36			
	ИТОГО	144			

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Основы товароведения, классификация, кодирование, товарная информация.

Предмет, цели и задачи товароведения. Краткая история развития товароведения. Понятие продукции и товара. Межпредметные связи товароведения с другими дисциплинами. Основные разделы товароведения, их назначение. Принципы товароведения.

Товар как объект коммерческой деятельности, его основополагающие характеристики. Товароведные характеристики (ассортиментная, качественная и количественная), составляющие потребительскую стоимость. Взаимосвязь товароведных характеристик со стоимостью. Функции товара.

Методы товароведения. Классификация методов. Теоретические методы. Эмпирические методы. Практические методы.

Классификация. Признаки классификации. Разновидности метода классификации, их сущность, структура, преимущества и недостатки. Правила классификации при иерархическом и фасетном методах.

Кодирование товаров. Основные элементы кода. Разновидности метода кодирования: определение, преимущества и недостатки, применимость. Штриховое кодирование товара.

Классификаторы. Классификаторы, применяемые в товароведении. Краткая характеристика Общероссийского классификатора промышленной и сельскохозяйственной продукции, его частей. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности. Товароведная классификация товаров.

Товарная информация. Виды товарной информации. Средства товарной информации. Требования к товарной информации.

Раздел 2. Ассортимент товара, управление ассортиментом.

Основные понятия: ассортимент, номенклатура товаров. Отличительные признаки. Классификация ассортимента по местонахождению, широте охвата, степени удовлетворения и характеру потребностей.

Свойства и показатели ассортимента: определение, назначение, расчет.

Влияние отдельных показателей на результаты коммерческой деятельности.

Управление ассортиментом. Сущность. Формирование ассортимента.

Факторы, влияющие на его формирование. Регулирование этих факторов.

Виды нормативных и технических документов, регламентирующих ассортимент товаров.

Раздел 3. Качество товаров, управление качеством, экспертиза товаров.

Качество. Основные понятия. Требования к качеству. Свойства и показатели качества: понятия, их классификация. Наименование и значение показателей. Понятие об уровне и техническом уровне качества товаров. Номенклатура потребительских свойств товаров.

Свойства надежности: долговечность, безотказность, ремонтпригодность, сохраняемость. Эргономические свойства: антропометрические,

физиологические, психофизические, гигиенические. Эстетические свойства товаров. Свойства безопасности: механическая, электрическая, пожарная, физиологическая, химическая и биологическая безопасность, безопасность транспортных средств. Экологические свойства, основные показатели.

Понятие и этапы оценки качества. Градации качества. Градация качества стандартной продукции: сорта, классы и группы сложности, марки, номера, размерные категории, артикулы. Градации товаров по соответствию и несоответствию установленным требованиям: стандартная, нестандартная, брак и отход. Три градации качества. Сортамент. Принципы деления товаров на сорта.

Несоответствия и дефекты товаров: понятие, классификация. Допустимые, недопустимые дефекты. Взаимосвязь дефектов различной значимости с градациями качества. Диагностика дефектов: причины возникновения, методы обнаружения, способы предупреждения и устранения. Права потребителей и ответственность продавца при реализации дефектной продукции.

Методы определения и оценки уровня качества. Контроль качества и количества товарных партий. Проба. Выборка. Точечная, объединенная средняя проба. Навеска. Приемочное число. Браковочное число. Приемочный уровень дефектности. Идентификация товаров.

Факторы, влияющие на формирование и сохранение качества и количества товаров на товарных этапах жизненного цикла продукции. Жизненный цикл продукции (товаров). Предтоварная, товарная, послереализационная и стадия утилизации. Взаимосвязь стадий и этапов жизненного цикла с факторами обеспечения товароведных характеристик.

Факторы, формирующие качество. Спрос, регламентация товароведных характеристик товаров, сырье и материалы, рецептура или конструкция, производственные процессы и коррекция несоответствий.

Факторы, сохраняющие качество. Упаковка, условия и сроки хранения и перевозки товаров. Правила, основанные на принципах совместимости, безопасности и эффективности при хранении товаров. Основопологающие правила хранения. Методы хранения товаров.

Сущность, виды и формы экспертизы. Государственная, общественная, независимая экспертиза. Экологическая экспертиза товара. Товарная экспертиза. Технологическая экспертиза. Судебно-правовая экспертиза. Классификация экспертизы в зависимости от этапов жизненного цикла товаров.

Организация и порядок проведения. Методология экспертизы. Методы экспертизы. Область применения экспертных методов. Оценка экспертов. Требования к экспертам. Формирование экспертной группы. Основные этапы проведения экспертизы. Заключение эксперта. Структура и содержание вводной, исследовательской, синтезирующей частей и выводов. Требования к выводу эксперта.

Раздел 4. Стандартизация, метрология, сертификация.

Общая характеристика стандартизации. Сущность стандартизации. Понятие нормативных документов по стандартизации. Цели, принципы, функции и задачи стандартизации. Методы стандартизации.

Система стандартизации в Российской Федерации. Общая характеристика системы и направления ее реформирования. Органы и службы стандартизации Российской Федерации. Характеристика национальных стандартов. Виды национальных стандартов. Применение национальных стандартов. Характеристика стандартов организаций. Объекты стандартов организации. Требования к стандартам организаций. Информация о документах по стандартизации и технических регламентах. Технические условия как нормативный документ.

Общая характеристика метрологии. Функции измерений. Метрология теоретическая, прикладная и законодательная. Основы технических измерений. Классификация и общая характеристика средств измерений. Точность методов и результатов измерений. Эталоны. Рабочие средства измерений.

Государственная система обеспечения единства измерений. Органы и службы по метрологии Российской Федерации.

Калибровка средств измерений и метрологическое обеспечение испытаний продукции для целей подтверждения соответствия.

Общая характеристика сертификации. Цели и принципы сертификации. Обязательная и добровольная сертификации. Участники сертификации. Правила и документы по проведению работ в области сертификации. Порядок сертификации продукции. Схемы сертификации. Порядок проведения сертификации продукции. Декларирование соответствия. Аккредитация органов по сертификации и испытательных лабораторий (центров).

Правовая база стандартизации, метрологии и сертификации.

Общая характеристика технического законодательства. Техническое регулирование. Технические регламенты. Законодательная и нормативная база сертификации.

Государственный метрологический контроль и надзор. Ответственность за нарушение требований в области технического регулирования

Задачи международного сотрудничества в области стандартизации. Международные организации по стандартизации. Организация работ по стандартизации в рамках Европейского союза. Межгосударственная система стандартизации.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:		Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4
	Знать:					
1	- методы классификации товаров		+			
2	- свойства и показатели ассортимента и качества товара			+	+	
3	- принципы и методы формирования ассортимента и качества товаров			+	+	
4	- основы стандартизации, метрологии и сертификации					+
	Уметь:					
5	- пользоваться российскими классификаторами		+			
6	- оценить показатели ассортимента и качества товаров			+	+	
7	- организовать работы по проведению экспертизы товаров				+	
8	- подготовить документы к сертификации товара					+
	Владеть:					
9	- методами научной классификации и систематизации информации		+			
10	- навыками работы с нормативными документами		+	+	+	+
11	- навыками управления ассортиментом торговой организации			+		+
12	- информационными ресурсами в области товароведения		+	+	+	+
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-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-1.2. Умеет анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие			+	

		- УК-1.3. Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи		+	+	
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-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	+	+	+	
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	+	+	+	+
		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	Классификаторы. Работа с Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2).	1
2	1	Применение фасетного и иерархического методов при классификации конкретного вида товаров.	1
3	1	Кодирование товаров.	1
4	1	Средства товарной информации.	1
5	2	Ассортимент и его классификация. Показатели ассортимента на конкретных примерах. Управление ассортиментом	4
6	3	Градации качества, несоответствия и дефекты	2
7	3	Факторы, формирующие и сохраняющие качество.	4
8	3	Порядок проведения экспертизы. Закон о защите прав потребителей.	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	Классификаторы. Работа с Общероссийским классификатором продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2). Применение фасетного и иерархического методов при классификации конкретного вида товаров.	2
2	2	Ассортимент и его классификация. Показатели ассортимента на конкретных примерах. Управление ассортиментом	2
3	3	Факторы, формирующие и сохраняющие качество.	2
4	4	Технические регламенты для конкретных видов продукции. Практическая работа с документами по сертификации.	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:

- регулярную проработку пройденного на лекциях и практических занятиях учебного материала
- 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, Chemical Abstracts, РИНЦ;
- подготовку реферата по тематике курса;
- посещение отраслевых выставок;
- участие в семинарах РХТУ им. И. Менделеева по тематике курса;
- 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 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. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Совокупная оценка по дисциплине складывается из оценок за выполнение 3-х контрольных работ (максимальная оценка 15 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 20 баллов), тематического доклада (максимальная оценка 5 баллов), реферата (максимальная оценка 10 баллов) и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 5 баллов. Контрольная работа содержит 3 вопроса (2 по 2 балла и 1 по 1 баллу).

1. Предмет, цели, задачи, принципы и разделы товароведения.
2. Межпредметные связи товароведения с другими дисциплинами.
3. Товароведные характеристики (ассортиментная, качественная и количественная характеристики), составляющие потребительскую стоимость.
4. Классификация методов товароведения по группам, назначение основных

групп.

5. Классификация как метод товароведения: основные понятия (классификация, объект, признак классификации, его значение, система классификации).
6. Правила классификации при иерархическом и фасетном методах.
7. Кодирование товаров: основные понятия (кодирование, код, структура кода).
8. Разновидности метода кодирования: определение, преимущества и недостатки, применимость (EAN - код, QR – код, RFID-метка).
9. Классификаторы в народном хозяйстве: понятие, назначение, структура.
10. Краткая характеристика Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2).
11. Товарная информация, ее виды.
12. Требования к товарной информации.
13. Знаки мест происхождения товара
14. Знаки соответствия и качества
15. Товарные знаки
16. Основные понятия: ассортимент, номенклатура товаров.
17. Классификация ассортимента по местонахождению, широте охвата, степени удовлетворения и характеру потребностей.
18. Свойства и показатели ассортимента: определение, назначение, расчет.
19. Ассортиментная политика торговой организации.
20. Управление ассортиментом: сущность, формирование, влияющие факторы.

Примеры вопросов к контрольной работе № 2. Максимальная оценка 5 баллов. Контрольная работа содержит 3 вопроса (2 по 2 балла и 1 по 1 баллу).

1. Свойства и показатели качества: понятия, их классификация.
2. Свойства надежности: долговечность, безотказность, ремонтпригодность, сохраняемость.
3. Эргономические свойства: антропометрические, физиологические, психофизические, гигиенические.
4. Эстетические свойства товаров: информационная выразительность товара и упаковки, рациональность формы, целостность композиции, совершенство производственного исполнения и стабильность товарного вида.
5. Свойства безопасности: механическая, электрическая, пожарная.
6. Свойства безопасности: физиологическая, химическая и биологическая безопасность.
7. Градация качества стандартной продукции: сорта, классы и группы сложности, марки, номера, размерные категории, артикулы.
8. Методы оценки и контроля уровня качества: дифференциальный, комплексный и смешанный.
9. Факторы, вызывающие изменение потребительских свойств товаров.
10. Классификация сохраняющих факторов.
11. Классификация товаров по срокам хранения. Срок службы, срок годности и срок реализации.
12. Приемка товарных партий. Оценка качества.
13. Принципы и правила размещения товаров, их взаимосвязь.
14. Хранение товаров на складе. Соблюдение режимов хранения.
15. Основные операции товарной обработки перед подготовкой товаров к продаже, степень их значимости для обеспечения качества товаров.

Примеры вопросов к контрольной работе № 1. Максимальная оценка 5 баллов. Контрольная работа содержит 3 вопроса (2 по 2 балла и 1 по 1 баллу).

1. Основные понятия: экспертиза, эксперт, экспертные оценки.
2. Цели и задачи экспертизы.
3. Классификация экспертизы товаров по видам деятельности, по условиям применения и стадиям определения.
4. Виды товароведных экспертиз: классификационная, качественная, количественная, гигиеническая, экологическая, документальная, стоимостная и т.п.
5. Нормативно-правовая база экспертизы.
6. Организация и порядок проведения экспертизы.
7. Оформление результатов экспертизы.
8. Сущность, цели, принципы и функции стандартизации.
9. Правовые основы стандартизации. Закон РФ «О стандартизации».
10. Понятие нормативных документов по стандартизации. Государственная система стандартизации России (ГСС).
11. Органы и службы стандартизации.
12. Международное и региональное сотрудничество в области стандартизации.
13. Актуальные вопросы международной стандартизации: приоритетные направления в области международной стандартизации, гармонизация стандартов.
14. Проблемы применения международных стандартов в РФ.
15. Законодательство Российской Федерации о защите прав потребителей.
16. Разновидности сертификатов.
17. ФЗ от 29.06.15г. № 162-ФЗ «О стандартизации в РФ».
18. Государственная политика РФ в сфере стандартизации.
19. Порядок получения сертификата соответствия, срок действия
20. Различные системы сертификации. Перечислить наиболее признанные сообществами производителей.

8.2. Примерная тематика докладов и презентаций

Студент за период освоения дисциплины должен предоставить один тематический доклад (5 баллов) и итоговый реферат с презентацией (20 баллов)

Примерная тематика доклада (максимальная оценка доклада – 5 баллов):

1. Защита прав потребителей РФ.
2. Товарные знаки их защита.
3. Знаки соответствия и качества.
4. Экологические знаки.
5. Маркировка изделий: различные виды маркировки.
6. Штрихкодирование в системе EAN.
7. Возможности применения QR-кода.
8. Кодирование с помощью RFID-метки.
9. Пищевые добавки, их классификация.
10. Генно-модифицированные продукты и их маркировки.
11. Информационная фальсификация товаров.

12. Дефекты товаров, методы предотвращения и устранения дефектов.
13. Методы сушки: инфракрасная, конвективная, сублимационная, акустическая и др.
14. Методы упаковки: асептическая, вакуумная, в газовой среде и др.
15. Правила хранения товаров.
16. Экспертиза товаров, порядок проведения экспертизы.
17. Технический регламент на конкретную продукцию.
18. Обязательная сертификация. Документы, определяющие перечень товаров, подлежащих обязательной сертификации.
19. Добровольная сертификация. Документы, определяющие перечень товаров, подлежащих добровольной сертификации.

Требования к содержанию реферата

Для написания итогового реферата и презентации (максимальная оценка – 20 баллов) студент выбирает заинтересовавший его товар из рода потребительских товаров и готовит работу следующего содержания:

- Описание товара
- История его появления
- Технология изготовления
- Место товара в общероссийском классификаторе продукции по видам экономической деятельности
- Основные ассортиментные характеристики
- Основные качественные характеристики
- Сравнительные характеристики популярных марок товара
- Показатели безопасности
- Примеры фальсификация продукции
- Способы и сроки хранения
- Упаковка товара
- Интересные факты использования товара

Пример заданий для выполнения самостоятельной работы студентов

В курсе предусмотрено выполнение двух самостоятельных работ (по 10 баллов) и сдача их преподавателю в бумажном и электронном виде.

Задание на работу № 1 «Классификаторы»:

Изучив общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2) для заданного вида, продукции построить иерархическую ступенчатую классификационную схему с учетом «соседей» по подклассам, группам, подгруппам и видам продукции.

Задание на работу № 2 «Показатели ассортимента»:

На примере выбранного студентом самостоятельно торгового предприятия (можно и интернет-магазина) проиллюстрировать такие показатели ассортимента: широта (групповая широта), полнота, глубина.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (5 семестр – экзамен (очная форма обучения), 7 семестр – экзамен (очно-заочная форма обучения)).

7

Примеры контрольных вопросов для итогового контроля освоения дисциплины (экзамен).

Максимальная оценка – 40 баллов.

1. Предмет, цели, задачи, принципы и разделы товароведения.
2. Товароведные характеристики (ассортиментная, качественная и количественная характеристики), составляющие потребительскую стоимость.
3. Классификация методов товароведения по группам, назначение основных групп.
4. Классификация как метод товароведения: основные понятия (классификация, объект, признак классификации, его значение, система классификации).
5. Правила классификации при иерархическом и фасетном методах.
6. Кодирование товаров: основные понятия (кодирование, код, структура кода).
7. Разновидности метода кодирования: определение, преимущества и недостатки, применимость (EAN - код, QR - код).
8. Кодирование с помощью RFID-меток. Перспективы его применения/
9. Классификаторы: понятие, назначение, структура.
10. Краткая характеристика Общероссийского классификатора продукции по видам экономической деятельности (ОКПД 2).
11. Товарная информация, ее виды.
12. Требования к товарной информации.
13. Информационная фальсификация.
14. Основные понятия: ассортимент, номенклатура товаров.
15. Классификация ассортимента по местонахождению, широте охвата, степени удовлетворения и характеру потребностей.
16. Свойства и показатели ассортимента: определение, назначение, расчет.
17. Управление ассортиментом: сущность, формирование, влияющие факторы.
18. Свойства надежности: долговечность, безотказность, ремонтпригодность, сохраняемость.
19. Свойства и показатели качества: понятия, их классификация.
20. Эргономические свойства: антропометрические, физиологические, психофизические, гигиенические.
21. Эстетические свойства товаров: информационная выразительность товара и упаковки, рациональность формы, целостность композиции, совершенство производственного исполнения и стабильность товарного вида.
22. Свойства безопасности: механическая, электрическая, пожарная, физиологическая, химическая и биологическая безопасность.
23. Градация качества стандартной продукции: сорта, классы и группы сложности, марки, номера, размерные категории, артикулы.
24. Методы оценки и контроля уровня качества: дифференциальный, комплексный и смешанный.
25. Факторы, вызывающие изменение потребительских свойств товаров.
26. Классификация сохраняющих факторов.
27. Классификация товаров по срокам хранения. Срок службы, срок годности и срок реализации.
28. Принципы и правила размещения товаров, их взаимосвязь.
29. Основные операции товарной обработки перед подготовкой товаров к продаже, степень их значимости для обеспечения качества товаров.

30. Методы хранения (климатический режим, воздухообмен, регулируемая газовая среда)
31. Различные способы упаковывания товара (вакуумная, в газовой среде и т.д.).
32. Защитная обработка товара, виды покрытий.
33. Основные понятия: экспертиза, эксперт, экспертные оценки.
34. Цели и задачи экспертизы.
35. Классификация экспертизы товаров по видам деятельности, по условиям применения и стадиям определения.
36. Виды товароведных экспертиз: классификационная, качественная, количественная, гигиеническая, экологическая, документальная, стоимостная и т.п.
37. Нормативно-правовая база экспертизы.
38. Организация и порядок проведения экспертизы.
39. Оформление результатов экспертизы.
40. Сущность, цели, принципы и функции стандартизации.
41. Правовые основы стандартизации. Закон РФ «О стандартизации».
42. Понятие нормативных документов по стандартизации. Государственная система стандартизации России (ГСС).
43. Органы и службы стандартизации.
44. Международное и региональное сотрудничество в области стандартизации.
45. Актуальные вопросы международной стандартизации: приоритетные направления в области международной стандартизации, гармонизация стандартов.
46. Проблемы применения международных стандартов в РФ.
47. Законодательство Российской Федерации о защите прав потребителей.
48. Закон о техническом регулировании.
49. Значение ввода в действие технических регламентов для различных видов продукции.
50. Сертификаты соответствия: структура, порядок получения, срок действия.

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

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (5 семестр (очная форма обучения), 7 семестр (очно-заочная форма обучения))

Экзамен по дисциплине «Товароведение» 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 3 вопросов, относящихся к указанным темам. Ответы на вопросы экзаменационного билета оцениваются из 40 баллов следующим образом: первый и второй вопросы – по 15 баллов каждый, третий вопрос – 10 баллов.

Пример билета для *экзамена*:

«Утверждаю» Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга

_____ Лопаткин (Подпись)	Д.С. (И. О. Фамилия)	38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг»
« »	2022г.	Товароведение
Билет №11 1. Товарная информация, требования к товарной информации 2. Управление ассортиментом предприятия 3. Технические регламенты		

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Калачев, С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для вузов / С. Л. Калачев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 470 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13164-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/463732>

2. Попова, Л. И. Товароведение и экспертиза в таможенном деле: учебное пособие для вузов / Л. И. Попова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09005-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471366>

Б. Дополнительная литература

1. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров: учебник: в 2 ч. Ч. 1: Модуль I. Теоретические основы товароведения, М., Норма, 2014 – 368 с.

2. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров: учебник: в 2 ч. Ч. 2: Модуль II. Товарная экспертиза, М. Норма, 2015 - 192 с.

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

- Раздаточный иллюстративный материал к лекциям.

Журналы:

- Журнал «Товаровед продовольственных товаров». ISSN: 2074-9678.
- Журнал «Стандарты и качество». ISSN: 0038-9692.
- Журнал «Контроль качества продукции» ISSN: 2541-9900.

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- Сайт общероссийских классификаторов: www.classifikators.ru
- Сайт независимой некоммерческой организации в сфере защиты прав потребителей, экспертизы, контроля качества и безопасности: <https://roscontrol.com>

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 *«Товароведение»* 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 13. Word 14. Excel 15. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)

3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Методы и формы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Основы товароведения, классификация, кодирование, товарная информация</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методы товароведения; – методы классификации товаров; – принципы кодирования товаров; – требования к товарной информации. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – классифицировать товары и услуги по выбранным признакам; – использовать в практической деятельности классификаторы (ОКП); – пользоваться российскими классификаторами. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийным аппаратом в области товароведения; – навыками работы с нормативной документацией; – навыками пользования информационными ресурсами при работе с классификаторами. 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №1</p> <p>Оценка за самостоятельную работу №1</p>
<p>Раздел 2. Ассортимент товаров. Управление ассортиментом</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – свойства и показатели ассортимента; – как влияют различные факторы на формирование ассортимента. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять тенденции развития товарного рынка; – использовать в практической деятельности влияние различных факторов при управлении ассортиментом товаров; 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p> <p>Оценка за самостоятельную работу №2</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – формулировать ассортиментную политику предприятия. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийным аппаратом в области ассортимента товаров; – навыками оценки показателей ассортимента. 	
<p>Раздел 3. Качество товара, управление качеством, экспертиза товара</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – свойства и показатели качества товара; – методы оценки качества товара. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать в практической деятельности законодательно-нормативные акты, регулирующие качество продукции в России; – оформить заявку на проведение экспертизы. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийным аппаратом в области качества товаров; – навыками оценки показателей качества товаров 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за контрольную работу №3</p> <p>Оценка за тематический доклад</p>
<p>Раздел 4. Стандартизация, метрология, сертификация</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – законодательную базу (закон о техническом регулировании, закон о защите прав потребителей и др.); – систему стандартизации в РФ. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать в практической деятельности законодательно-нормативные акты; – оформить заявку на оформление сертификата на продукцию. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийным аппаратом в области стандартизации, сертификации и метрологии; 	<p>Оценка за работу на семинарских занятиях</p> <p>Оценка за реферат</p> <p>Оценка за экзамен</p>

	<p>– навыками пользования информационными ресурсами в области сертификации.</p>	
--	--	--

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
«Товароведение»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Антикризисное управление»**

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга «01» июня 2022 г., протокол № 7

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 критическое мышление и	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической</p>	<p>ПК-2. Способен осуществлять работы по планированию ресурсного обеспечения хозяйственной деятельности</p>	<p>ПК-2.1. Знает методы экономических исследований эффективности работ</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p> <p>В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>

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

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

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5	Раздел 6
	<i>Знать:</i>						
1	- сущность, функции и проявления кризисов в экономике, их причины и возможные последствия;	+	+				
2	- современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами;		+	+	+	+	+
3	- российское законодательство о несостоятельности (банкротстве) организации; процедуры банкротства и последствия их введения.			+			+
	<i>Уметь:</i>						
4	- принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий;	+	+	+	+	+	+
5	- применять методы и инструментарий антикризисного управления;		+		+		+
	<i>Владеть:</i>						
6	- нормативно-правовой базой проведения антикризисных преобразований, включая процессы реализации процедур банкротства;			+			+
7	- инструментами антикризисного управления;	+	+			+	+
8	- методами экономического и финансового анализа.				+		
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-1.5. Владеет навыками рассмотрения возможных вариантов решения задачи, оценивания их достоинства и недостатки		+	+	+	+
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-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;	1

		Виды антикризисных проектов и программ, которые реализует правительство РФ;	
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 освоения 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 «эксплентарных» 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 «эксплентарных» 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 «экспериментальных» 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 экспансионного 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

$\Phi^c = \text{СОС}-3$; $\Phi^T = \text{КФ}-3$; $\Phi^o = \text{ВИ} - 3$, где

3 – 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 оценки 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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470354>
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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469053>

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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470354>

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: • Word • Excel • Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная

4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42- 62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022
---	------------------	--	---	------------

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Теоретические основы антикризисного управления</p>	<p><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</p>	<p>Устный опрос, контрольный письменный опрос, доклад</p>
<p>Раздел 2. Методы и основной инструментарий антикризисного управления</p>	<p><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.</p>	<p>Устный опрос, контрольный письменный опрос, доклад</p>
<p>Раздел 3. Государственное антикризисное управление</p>	<p><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.</p>	<p>Оценка за. контрольный письменный опрос</p>

<p>Раздел 4. Особенности антикризисного финансового управления</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий; - применять методы и инструментарий антикризисного управления. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами экономического и финансового анализа. 	<p>Оценка за контрольную работу 1 и 2, доклад</p>
<p>Раздел 5. Ключевые факторы антикризисного управления</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментами антикризисного управления. 	<p>Контрольный письменный опрос, доклад</p>
<p>Раздел 6. Банкротство как инструмент антикризисного управления</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - современные методы и инструменты антикризисного регулирования и управления социально-экономическими системами; - российское законодательство о несостоятельности (банкротстве) организации, процедуры банкротства и последствия их введения. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать оптимальные управленческие решения в условиях неопределенности, экстремальных ситуаций, острой конкурентной борьбы, дефицита ресурсов и неплатежеспособности предприятий. - применять методы и инструментарий антикризисного управления; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативно-правовой базой проведения антикризисных преобразований, включая процессы реализации процедур банкротства; - инструментами антикризисного управления. 	<p>Контрольный устный опрос, доклад</p>

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
«Антикризисное управление»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Экологический менеджмент»

Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Форма обучения очная, очно-заочная

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

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 «01» июня 2022 г., протокол № 7

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:

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-8.5. Владеет законодательными и нормативно-правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды
		УК-8.6. Владеет навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды
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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы</p>	<p>ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты</p>	<p>ПК-5.2 Знает международные стандарты менеджмента систем</p> <p>ПК-5.5 Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей.</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>			<p>процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>
--	---	--	--	--

Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).

--

--

--

--

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		0,4	0,3
Курсовая работа	4,33	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 ТРЕБОВАНИЯМ 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-8.5. Владеет законодательными и нормативно-правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды	+		+
		– УК-8.6. Владеет навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды		+	
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 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.		+	

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 и обсуждение материала.	1
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*:

<p>«<i>Утверждаю</i>»</p> <p>Заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга (Должность, наименование кафедры)</p> <p>_____ Д.С. <u>Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия)</p> <p>« ____ » _____ 2022 г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра менеджмента и маркетинга</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент</p> <p>Профили – «Маркетинг»</p>
	<p>Экологический менеджмент</p>
<p>Билет № 1</p>	
<p>5. История развития экологического менеджмента в промышленности. Основные этапы (<i>Максимальное количество баллов – 20</i>).</p> <p>6. Идентификация экологических аспектов предприятия (<i>Максимальное количество баллов – 20</i>).</p>	

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. – М.: Изд-во Юрайт, 2022. – 244 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/474538>
3. Масленникова И. С., Кузнецов Л. М. Экологический менеджмент и аудит: учебник и практикум для бакалавриата и специалитета. – М.: Изд-во Юрайт, 2022. – 328 с. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/477949>

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.: Стандартинформ, 2016.
3. Национальный стандарт ГОСТ Р ИСО 50001-2012. Системы экологического менеджмента. Требования и руководство по применению. М.: Стандартинформ, 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» 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, 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 01.01.2022 составляет 1716243 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 «*Экологический менеджмент*» 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: - Word - Excel	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую)

	- Power Point			версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 12.05.2020 № 19-17ЭА/2020	не ограничено, лимит проверок 6000	19.05.2022

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 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
к рабочей программе дисциплины **«Экологический менеджмент»**
основной образовательной программы
38.03.02 «Менеджмент»
профиль **«Маркетинг»**
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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Инновационный менеджмент»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом химических наук, доцентом, доцентом кафедры менеджмента и маркетинга С.Г.Авруцкой

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты</p>	<p>ПК-5.6. Умеет выявлять потенциальные точки развития хозяйствующих субъектов в рамках реализации кросс-функциональных процессов или проектов</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>

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:	1,77	64	48
Лекции	0,89	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,89	32	24
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,23	80	60
Самостоятельное изучение разделов дисциплины	2,23	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	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	16
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	4			4
4.2	Интеллектуальная собственность	7	1	1	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 ТРЕБОВАНИЯМ 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	- анализа инновационного потенциала организаций, отраслей, стран;		+		+	+
16	- анализа и оценки инновационных проектов;			+		
17	- методами управления персоналом в инновационной организации.		+		+	
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				
18	- 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	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 поддерживающие инновации в модели К.Кристенсена отличаются от прорывных? Привести примеры.

48. Какова динамика развития прорывных и поддерживающих 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 организация 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) инвестиций? 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 «*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:

<p>«Утверждаю» зав.каф. МиМ (Должность, наименование кафедры)</p> <p>_____ Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2022г.</p>	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 академического бакалавриата / Л. П. Гончаренко, Б. Т. Кузнецов, Т. С. Булышева, В. М. Захарова; под общей редакцией Л. П. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 487 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7709-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/412954> (дата обращения: 27.07.2022).

Б. Дополнительная литература

20. Меньшиков, В. В. Коммерциализация инновационных технологий / В. В. Меньшиков, В. А. Колесников. - М.: ООО "Изд-во "ЛКМ-пресс", 2009. - 82 с.: ил.
21. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей / М.: Альпина Паблишер. 2016. – 288 с.
22. Такер Роберт Б. Инновации как формула роста. Новое будущее ведущих компаний / М.: Олимп-Бизнес, 2006. – 224 с.
23. Джонсон С. Откуда берутся хорошие идеи / М.: АСТ. 2013. – 384 с.
24. Гассман О., Шик М., Франкенбергер К. Бизнес-модели. 55 лучших шаблонов / М.: Альпина Паблишер. 2016. – 432 с.
25. Друкер Питер Ф. Бизнес и инновации. Москва: Изд-во Вильямс, 2007. 432 с.
26. Инновационный менеджмент: Справ. Пособие / под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. И. Миндели. Изд. 2-е, переработ. и доп.- М., ЦИСН, 1998.- 518 с.
27. Кристенсен Клейтон М., Рейнор Майкл Е. Решение проблемы инноваций в бизнесе. - Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. - 290 с.

28. Джеффри Мур. Преодоление пропасти. Маркетинг и продажа хайтек-товаров массовому потребителю. – Пер.с англ. – М.: Вильямс, 2006. – 368 с.
29. Менеджмент технологических инноваций: учеб. пособие / под ред. Валдайцева С.В. - СПб., 2003. – 333 с.
30. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Экономика, 1995.

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/TS 16555-6:2014 Инновационный менеджмент. Часть 6. Менеджмент креативности. Дата введения 2017-06-01
8. ГОСТ Р 56273.7-2016/CEN/TS 16555-7:2015 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «*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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 16. Word 17. Excel 18. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Основные закономерности и инновационных процессов.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – периодизацию и содержание основных технологических укладов; – основные виды и классификации инноваций – основные закономерности инновационного развития отраслей и продуктовых классов. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – классифицировать инновации в соответствии с международно принятыми подходами; – прослеживать закономерности инновационного развития отдельных отраслей и продуктовых классов. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа инновационного потенциала организаций, отраслей. 	<p>Оценка за опрос на практическом занятии</p> <p>Оценка за практические задания №1-3</p> <p>Оценка за экзамен</p>
<p>Раздел 2. Стратегия инноваций.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – роль и место управления инновациями в стратегии организации; – особенности инновационных организаций и персонала, занятого инновационной деятельностью. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать инновационную стратегию компании в соответствии с ее общей стратегией. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа и прогнозирования инновационного потенциала организаций, отраслей. 	<p>Оценка за опрос на практическом занятии</p> <p>Оценка за практическое задание № 4</p> <p>Оценка на экзамене</p>
<p>Раздел 3. Финансирование инновационной деятельности</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы и источники финансирования инновационной деятельности в зависимости от этапа жизненного цикла проекта. <p><i>Умеет:</i></p>	<p>Оценка за опрос на практическом занятии</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – рассчитать критерии эффективности инновационных проектов. – спрогнозировать денежные потоки от проектов различных типов. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – базовыми навыками инвестиционного анализа. 	Оценка за экзамен (7 семестр)
<p>Раздел 4. Управление интеллектуальной собственностью</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – концепции интеллектуального капитала и интеллектуальной собственности; – основы управления знаниями в компании; – основы управления персоналом, занятым ИД. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методологией управления персоналом в инновационной организации. 	<p>Оценка за опрос на практическом занятии</p> <p>Оценка за экзамен</p>
<p>Раздел 5. Национальные инновационные системы</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – закономерности формирования и развития национальных инновационных систем; – основы государственной политики Российской Федерации в области инновационной деятельности. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – прогнозировать инновационную деятельность на макроуровне. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа инновационного потенциала стран. 	<p>Оценка за реферат</p> <p>Оценка за экзамен</p>

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
«Инновационный менеджмент»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» _____ июля _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг»

Направление подготовки _____ 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – _____ «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» _____ июня _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7.

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	УК-3.3. Умеет взаимодействовать с другими членами команды, в том числе участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом

	реализовывать свою роль в команде.	
--	--	--

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований</p> <p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>для продвижения бренда.</p>		<p>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 (уровень квалификации – б).</p>
--	---	--------------------------------	--	---

Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).				
---	--	--	--	--

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 выведения 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 (при наличии)	-	-	-
Лекции	0,89	32	24
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа		-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины (или другие виды самостоятельной работы)	1,67	60	45
Вид контроля:			
Экзамен	1,0	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация		0,4	0,3
Подготовка к экзамену.	1,0	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:	1,33		
в том числе в форме практической подготовки (при наличии)	-	-	-
Лекции	0,89	16	12

в том числе в форме практической подготовки (<i>при наличии</i>)	-	-	-
Практические занятия (ПЗ)	0,44	8	6
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>)	-	-	-

Продолжение таблицы

Самостоятельная работа	1,67	60	45
Контактная самостоятельная работа		-	-
Самостоятельное изучение разделов дисциплины (или другие виды самостоятельной работы)	1,67	60	45
Вид контроля:			
Экзамен	1,0	36	27
Контактная работа – промежуточная аттестация		0,4	0,3
Подготовка к экзамену.	1,0	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	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лекции	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Практ. занятия	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лаб. работы	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	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

1.1 0	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	-	32	-	16	-	-	-	60

Очно-заочная форма

		Академ. часов
--	--	---------------

№ п/п	Раздел дисциплины	Всего	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лекции	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Практ. занятия	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лаб. работы	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Сам. работа
1.	Раздел 1. Бренд-менеджмент	74	-	10,5	-	5,5	-	-	-	58
1.1	История брендов и брендинга	6	-	0,5	-	0,5	-	-	-	5
1.2	Теоретические аспекты брендов и брендинга	9,5	-	1	-	0,5	-	-	-	8
1.3	Маркетинговые исследования в брендинге	7,5	-	1	-	0,5	-	-	-	6
1.4	Подготовительная стадия брендинга	6,5	-	1	-	0,5	-	-	-	5
1.5	Проективная стадия брендинга	10	-	2	-	1	-	-	-	7
1.6	Правовые основы бренда	6,5	-	1	-	0,5	-	-	-	5
1.7	Основные подходы к разработке портфеля брендов компании	8,5	-	1	-	0,5	-	-	-	7
1.8	Управление лояльностью к бренду	6,5	-	1	-	0,5	-	-	-	5
1.9	Марочный капитал	6,5	-	1	-	0,5	-	-	-	5
1.10	Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации	6,5	-	1	-	0,5	-	-	-	5
2.	Раздел 2. Ивент-маркетинг (событийный маркетинг)	34	-	5,5	-	2,5	-	-	-	26
2.1	Понятие ивент-маркетинга. Управление имиджем бренда как основной вопрос событийного маркетинга	7	-	1	-	0,5	-	-	-	5

2.2	События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций	6	-	1	-	0,5	-	-	-	5
2.3	Планирование и разработка сценария мероприятия событийного маркетинга	6	-	1	-	0,5	-	-	-	5
	Продвижение события	6	-	1	-	0,5	-	-	-	5
	Проведение события	4,5	-	1	-	0,25	-	-	-	3
	Оценка результатов события. Система событий	3,5	-	0,5	-	0,25	-	-	-	3
	ИТОГО	108	-	16	-	8	-	-	-	84
	Экзамен	36								
	ИТОГО	144	-	32	-	16	-	-	-	84

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.

Устаревшие 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 ТРЕБОВАНИЯМ 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 <i>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</i>				
	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

Заочная форма обучения.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1	История брендов и брендинга.	0,25
2		Теоретические аспекты технологии брендинга.	0,5
3		Маркетинговые исследования в брендинге.	0,25
4		Подготовительная стадия брендинга. Трансформация бренда.	0,25
5		Проективная стадия брендинга	0,5
6		Правовые основы бренда.	0,25
7		Основные подходы к разработке портфеля брендов компании. Интегрированный брендинг.	0,25
8		Управление лояльностью к бренду.	0,25
9		Марочный капитал.	0,25

10		Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации.	0,25
11	2	Понятие ивент-маркетинга. Управление имиджем бренда как основной вопрос событийного маркетинга.	0,2
12		События в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций.	0,2
13		Планирование и разработка сценария мероприятия событийного маркетинга.	0,2
14		Продвижение события.	0,2
15		Проведение события.	0,1
16		Оценка результатов события. Система событий.	0,1

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.

2. Создание брендбука компании (презентация и полноцветный буклет в переплете, формат А4). Максимальная оценка – 15 баллов.

3. 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 поведению, 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) _____ Д.С. <u>Лопаткин</u> (Подпись) (И. О. Фамилия) « _____ » 2022 г.	<i>Министерство науки и высшего образования РФ</i>
	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	
7. История развития и современное состояние брендинга.	
8. Какое место занимает событийный маркетинг в системе маркетинговых коммуникаций?	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

5. Чернышева, А. М. Брендинг: учебник для бакалавров / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 504 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-2979-9. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/431787>.

6. Рожков, И. Я. Брендинг: учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 331 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3284-3. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/425868>

Б. Дополнительная литература

1. Домнин, В.Н. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.Н. Домнин. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 411 с. –

(Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-02980-2. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/433237>.

2. Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.: Питер, 2002. – 352 с.: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

3. Румянцев, Д., Франкель, Н. Event-маркетинг. Все об организации и продвижении событий. – СПб.: Питер, 2017. – 202 с. – (Серия «Деловой бестселлер»).

4. Назимко, А.Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А.Е. Назимко, - Москва: Вершина, 2007. - 224 с.: табл.

5. Сакович, С.М. Event-маркетинг: учебное пособие / С.М. Сакович, Н.Н. Казюлина. - Москва: РУСАЙНС, 2018. - 66 с.

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: – Word – Excel – Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Бренд-менеджмент (ч.1)</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 выведения на рынок нового бренда; основы управления существующим брендом на рынке; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать бренд для предприятия и оценивать его роль в формировании дополнительной ценности предприятия на рынке; – применять методы анализа бренда; – разрабатывать стратегические планы продвижения бренда; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийным аппаратом в области брендинга; – методами разработки и реализации маркетинговых программ; – технологией создания бренд-плана и внедрения его в деятельность предприятия; 	<p>Оценка за контрольную работу № 1 (5 семестр)</p>

	<ul style="list-style-type: none">– навыками применения современных инструментов брендинга для решения практических задач;– технологиями ребрендинга;	
--	--	--

<p>Раздел 1. Бренд-менеджмент (ч.2)</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – самостоятельно проводить оценку бренда; – оценивать ответственность за незаконное использование товарной марки; – разрабатывать основные направления совершенствования существующих программ повышения лояльности к бренду; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – современными методами сбора, обработки, анализа и интерпретации информации для проведения аудита бренда; – навыками составления программы повышения лояльности к бренду; 	<p>Оценка за контрольную работу № 2 (5 семестр)</p> <p>Оценка за творческое задание № 1 (5 семестр)</p>
<p>Раздел 2. Ивент-маркетинг</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – общие характеристики ивент-маркетинга и методы креатива в нем, инструменты и технологии событийного маркетинга. – формы коммуникаций между предпринимательскими структурами и потребителями в СМИ. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать и осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия; – осуществлять оценку мероприятия и оценивать риски в событийном маркетинге; 	<p>Оценка за контрольную работу № 3 (5 семестр)</p> <p>Оценка за творческое задание № 2 (5 семестр)</p> <p>Оценка за экзамен (5 семестр)</p>

	<p>– выбирать оптимальные формы коммуникаций с потребителями через СМИ.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– 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;</p> <p>– методами финансового управления мероприятием и формирования цен на него.</p>	
--	--	--

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 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
«Бренд-менеджмент и ивент-маркетинг»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

« Маркетинг »

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Стратегический маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.Э. Бойко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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, принятия 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 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				
<p>Проведение маркетинговых исследований разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Формирование предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики организации;</p> <p>Формирование предложений по улучшению системы продвижения товаров(услуг) организации.</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса частные и государственные компании, консалтинговые фирмы</p> <p>08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения</p> <p>ПК-7.2. Умеет оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений</p>	<p>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.</p> <p>Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н,</p>

			ПК-7.3. Владеет навыками постановки тактических задач планирования и организации производства	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 аккумулировать и представлять результаты аудита хозяйственной деятельности 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

	<p>(в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>		<p>ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами</p>	<p>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)</p>
--	--	--	--	--

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	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лекции	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Прак. зан.	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лаб. работы	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	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	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лекции	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Прак. зан.	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Лаб. работы	в т.ч. в форме пр. подг. (при наличии)	Сам. работа
1.	Тема 1. Сущность и механизм стратегического маркетинга	14	-	2	-	1	-	-	-	10
2.	Тема 2. Управление маркетингом	14	-	2	-	1	-	-	-	10
3.	Тема 3. Организационные формы управления маркетингом	14	-	2	-	1	-	-	-	10
4.	Тема 4. Управление распределением	14	-	2	-	1	-	-	-	12
5.	Тема 5. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии	17	-	3	-	1	-	-	-	14
6.	Тема 6. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий	18	-	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 долгосрочными 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 дистрибуции. 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 выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности	+			+	+		+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:									
	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 оценивать потенциал организации и обосновывать предложения по внедрению оптимизационных предложений		+	+	+	+		+
		ПК-7.3. Владеет навыками постановки тактических задач планирования и организации производства				+	+		+
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 аккумулировать и представлять результаты аудита хозяйственной деятельности 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	№ 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 устного опроса (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. Оборот фруктовой воды за прошедший год в городе составил 2 млн. рублей, оборот воды «Вишневой» – 800 тыс. рублей. Общий оборот 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 (15 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: PPT/PPTX 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 (15 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 (20 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

3. 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: • Word • Excel • Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

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>	Практическое задание №3, контрольные вопросы, тестирование

	<p>– использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей деятельности предприятий различного профиля;</p> <p>– выделять эффективные направления по обоснованию целевого сегмента рынка сбыта;</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга;</p> <p>– 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.</p>	
<p>Тема 2. Управление маркетингом</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>– типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений;</p> <p>– основы товарной политики и формирования ассортимента товаров;</p> <p>– методы проведения маркетинговых исследований;</p> <p>– инструменты маркетинговых коммуникаций.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>– использовать применение основ маркетинга в решении различных практических задач, связанных с улучшением основных показателей деятельности предприятий различного профиля;</p> <p>– правильно оценить структуру управления маркетингом на предприятиях и основные направления их реструктуризации.</p>	<p>Практическое задание № 2, контрольные вопросы, тестирование</p>

<p>Тема 3. Организационные формы управления маркетингом</p>	<p><i>Знает:</i> – инструменты маркетинговых коммуникаций.</p> <p><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.</p>	<p>Практическое задание № 4, контрольные вопросы, тестирование</p>
<p>Тема 4. Управление распределением</p>	<p><i>Знает:</i> – типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений; – методы сегментирования рынка товаров и потребителей; – инструменты маркетинговых коммуникаций.</p> <p><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.</p> <p><i>Владеет:</i> – методами реализации товаров, выбора каналов распределения продукции, товарной политики и стратегии маркетинга;</p>	<p>Практическое задание № 1,3,4. контрольные вопросы,</p>

<p>Тема 5. Аналитическое обоснование формирования маркетинговой стратегии</p>	<p><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.</p>	<p>Практическое задание № 2,4, контрольные вопросы, тестирование.</p>
<p>Тема 6. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий</p>	<p><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></p>	<p>Практическое задание № 1,2,3,4 контрольные вопросы, тестирование</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Тема 7. Реализация маркетинговой стратегии</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – типологию инструментов стратегического анализа; аналитические концепции стратегического анализа и поддержки принятия решений; – методы проведения маркетинговых исследований; – инструменты маркетинговых коммуникаций. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Практическое задание № 1,2,3,4 контрольные вопросы, тестирование</p>

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 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
«Стратегический маркетинг»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» _____ июля _____ 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Реклама»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» _____ июня _____ 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

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

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7.

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:**

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований</p> <p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>для продвижения бренда.</p>		<p>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 (уровень квалификации – б).</p>
--	---	--------------------------------	--	---

Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).				
---	--	--	--	--

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.	<i>1</i>	<i>1</i>	-	-	-	-
1.	Раздел 1. Реклама и процесс маркетинга	<i>11</i>	<i>5</i>	-	-	-	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.	<i>18</i>	<i>6</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	-	<i>10</i>
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.	<i>8</i>	<i>4</i>	-	-	-	<i>4</i>
3.1	Основные виды рекламы и особенности их выбора.	4	2	-	-	-	2
3.2	Фирменный стиль в рекламе. Рекламные идентификаторы.	4	2	-	-	-	2

Продолжение таблицы

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.	<i>0,5</i>	<i>0,5</i>	-	-	-	-
1.	Раздел 1. Реклама и процесс маркетинга	<i>10,5</i>	<i>2,5</i>	-	-	-	8
1.1	Основные стадии процесса маркетинга. Роль рекламы в плане маркетинга.	<i>6,5</i>	<i>1,5</i>	-	-	-	<i>5</i>
1.2	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.	<i>4</i>	<i>1</i>	-	-	-	<i>3</i>
2.	Раздел 2. Рекламное законодательство и этика в рекламе.	<i>18</i>	<i>3</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	-	14
2.1	Государственное регулирование. Саморегулирование в рекламе.	<i>8</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	-	<i>6</i>
2.2	Культура и этика в рекламе.	<i>5</i>	<i>1</i>	-	-	-	<i>4</i>
2.3	Социально-психологическое воздействие рекламы	<i>5</i>	<i>1</i>	-	-	-	<i>4</i>
3.	Раздел 3. Виды рекламы.	<i>10</i>	<i>2</i>	-	-	-	8
3.1	Основные виды рекламы и особенности их выбора.	<i>5</i>	<i>1</i>	-	-	-	<i>4</i>
3.2	Фирменный стиль в рекламе. Рекламные идентификаторы.	<i>5</i>	<i>1</i>	-	-	-	<i>4</i>

Продолжение таблицы

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 (VTL). 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 брендов. Типы брендов: 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. Рекламодаватель. 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 ТРЕБОВАНИЯМ 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 медиазакупок. 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 Эльдorado (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

- В. Спонсирование мероприятия
- С. Мерчендайзинг
- Д. Проспекты, каталоги фирмы

1.10. К BTL-рекламе относятся:

- А. Размещение рекламы на строительной сетке
- В. E-mail реклама
- С. Модульная реклама в газете
- Д. 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:

- А. Указание на то, что объект одобряется органами государственной власти
- Б. Использование фирменных наименований на иностранном языке
- В. Использование образов медицинских работников
- Д. Демонстрация процессов курения и употребления алкогольных напитков

2.2. По закону РФ запрещена реклама:

- А. На автомобилях федеральной почтовой связи
- В. На транспортных средствах оперативных служб
- С. На транспортных средствах перевозки пассажиров
- Д. На личных автомобилях

2.3. По закону РФ запрещена реклама:

- А. Табака и курительных принадлежностей
- В. Реклама основанных на риске игр
- С. Оружия в рамках военно-технического сотрудничества РФ
- Д. Пива, использующая образы людей и животных

2.4. Недобросовестной признается реклама, которая:

- А. Содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами других изготовителей
- В. Порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента
- С. Содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров
- Д. 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. Tактического 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:

- A. Соответствие рекламы целевой аудитории
- B. Динамику уровня рекламных затрат
- C. Запоминаемость рекламы
- D. 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

7. 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). Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/482662>.

8. 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). Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/469273>.

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/475820>.

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 *«Реклама»* 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, рекламные проспекты различных фирм и организаций; образцы рекламных материалов и сувенирной продукции с фирменной символикой.

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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: – Word – Excel Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная №	8	бессрочная

	ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Tr048787 от 20.12.10		
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42- 62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Реклама и процесс маркетинга</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Сущность и элементы рекламной коммуникации; – Критерии позиционирования в рекламе; – Стадии маркетингового процесса и роль рекламы в этих процессах. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Определять цели рекламной деятельности; – Разрабатывать план рекламной кампании; – Использовать рекламу в сочетании с другими средствами интегрированных маркетинговых коммуникаций. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Методами маркетинговых исследований; – подходами к построению рекламной службы на предприятии – методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы 	<p>Контрольная работа №1. Самостоятельная работа №1.</p>
<p>Раздел 2. Рекламное законодательство и этика в рекламе.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Законодательные требования в сфере рекламы. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Использовать знание законодательства для осуществления профессиональных функций в области рекламы. 	<p>Контрольная работа №2. Самостоятельная работа №2.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – Организовывать взаимодействие с участниками рекламного процесса. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Навыками осуществления профессиональных функций в области рекламы с учетом норм законодательства. – подходами к построению рекламной службы на предприятии – методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы. 	
--	--	--

Продолжение таблицы

<p>Раздел 3. Виды рекламы.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Виды рекламного распространения, их преимущества и недостатки. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Навыками планирования рекламной кампании – подходами к построению рекламной службы на предприятии – методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы. 	Самостоятельная работа №3
<p>Раздел 4. Подготовка рекламного сообщения.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Основные элементы рекламного сообщения. – Подходы к составлению рекламного сообщения; <p><i>Умеет:</i></p>	Самостоятельная работа №4

	<ul style="list-style-type: none"> – Составлять технические задания на разработку, изготовление и размещение рекламы. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Навыками написания рекламных и PR-текстов. – Подходами к построению рекламной службы на предприятии. 	
<p>Раздел 5. Организация рекламной деятельности</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – Стадии маркетингового процесса и роль рекламы в этих процессах. – Основы планирования рекламной кампании. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами маркетинговых исследований – навыками планирования рекламной кампании – Подходами к построению рекламной службы на предприятии 	<p>Контрольная работа №3. Самостоятельная работа №5. Реферат (по одному из разделов). Зачет.</p>

	<p>– Методами оценки рекламного бюджета и методами оценки эффективности рекламы.</p>	
--	--	--

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 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
«Реклама»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

« Маркетинг »

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Ценообразование»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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.

Задачами курса являются:

- 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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>			<p>Обобщенная трудовая функция:</p> <p>В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>
--	---	--	--	---

<p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>				
<p>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</p>	<p>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</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>ПК-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы</p>	<p>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»,</p>

<p>системы продвижения товаров(услуг) организации.</p>	<p>продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>			<p>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)</p>
--	--	--	--	---

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 ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Разде л 2	Разде л 3	Разде л 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 товар 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	Общеэкономические 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 50 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 40 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 товарной 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 ($VнРасх$) – 5 %, плановый уровень
рентабельности (P) – 16 %, НДС – 20 %.

Определить:

- а) полную себестоимость единицы товара $C/C_{\text{полн}}$, руб.;
- б) оптовую цену предприятия $C_{\text{опт}}$, руб.;
- в) отпускную цену предприятия $C_{\text{отп}}$, 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 soggu-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. Составительный 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 // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468976>

2. Липсиц, И. В. Ценообразование: учебное пособие для прикладного бакалавриата / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 160 с. – (Бакалавр. Прикладной курс). – ISBN 978-5-9916-5906-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/448033>

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 // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474536>

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:

1. Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>
2. Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>
3. <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора
4. <http://economicus.ru> Economicus.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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 19. Word 20. Excel 21. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное	Государственный контракт № 143-	8	бессрочная

	обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10		
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Общеэкономические аспекты ценообразования</p>	<p><i>Знает:</i> 7. экономическую сущность и функции цены и основные факторы ценообразования; <i>Умеет:</i> 8. оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию. <i>Владеет:</i> 9. методами сбора и анализа информации о поведении потребителей;</p>	<p>Оценка за практическую работу</p>
<p>Раздел 2. Соотношение цены и ценности товара (услуги)</p>	<p><i>Знает:</i> 10. закономерности ценообразования, поведения потребителей и конкуренции в зависимости от структуры рынка и свойств товара (услуги); <i>Умеет:</i> 11. оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию. <i>Владеет:</i> 12. методами сбора и анализа информации о поведении потребителей; 13. методами ценообразования.</p>	<p>Оценка за практическую работу Оценка за доклад</p>

<p>Раздел 3. Стратегия и тактика ценообразования</p>	<p><i>Знает:</i> 14. цели, стратегии и политики ценообразования; <i>Умеет:</i> 15. применять основные стратегии и политики ценообразования; 16. оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию. <i>Владеет:</i> 17. методами сбора и анализа информации о поведении потребителей; 18. методами ценообразования.</p>	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольный работу №1</p>
<p>Раздел 4. Ценообразование в отраслевом контексте</p>	<p><i>Знает:</i> 19. методы государственного регулирования цен; 20. закономерности ценообразования на отраслевых рынках. <i>Умеет:</i> 21. оценивать финансовые последствия решений по ценообразованию. <i>Владеет:</i> 22. методами сбора и анализа информации о поведении потребителей.</p>	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольный работу №2</p>

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
«Ценообразование»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг территорий»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 территорий**» относится к вариативной части учебного плана. Программа дисциплины предполагает, что обучающиеся имеют теоретическую и практическую подготовку в области основ экономики и маркетинга.

Цель дисциплины – дать обучающимся знания в области разработки стратегий брендинга и позиционирования территории для привлечения инвесторов в регион, область или город, организации передовых коммуникационных технологий для привлечения целевых аудиторий, разработки новых рынков сбыта для ключевых продуктов региона.

Задачами курса являются:

- изучить особенности исследования внешней и внутренней среды территории, а также выявления ее конкурентных преимуществ с позиции теории маркетинга территории;
- выявить мотивацию и критерии предпочтения территории различными группами стейкхолдеров;
- изучить механизмы формирования и продвижения имиджа территории;
- ознакомиться с особенностями маркетингового подхода к ключевым доходам территории: туризм и гостеприимство, бизнес, инвестиции, жители.

Дисциплина «**Маркетинг территорий**» 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:**

Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
------------------------------------	-----------------------	---

<p>Разработка и реализация проектов</p>	<p>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</p>	<p>УК-2.3. Владеет навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p>
---	---	---

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;	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства Линейные процессы управления в организации Бизнес-процессы управления в организации	ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию,	ПК-5.3. Знает принципы и методы управления изменениями 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.

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>конъюнктуру рынка товар и услуг, интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда</p>		<p>Обобщенная трудовая функция:</p> <p>В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>
--	---	---	--	---

Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).				
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-8.2. 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 рамках направления подготовки.

	<p>(в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>			<p>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)</p>
--	--	--	--	---

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- предметы, 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;
- 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.

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	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Теоретические основы маркетинга территорий Тема 1. Дестинация: понятие, структура, типология	16	4	2	-	10
2.	Тема 2. Принципы организации маркетинга дестинаций, их реализация	16	4	2	-	10
3.	Тема 3. Пространственный фактор среды маркетинга дестинаций.	16	4	2	-	10
4.	Раздел 2. Научно-практические и методические аспекты развития маркетинга территорий Тема 4. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции	16	4	2	-	10
5.	Тема 5. Основы брендинга туристских дестинаций.	15	6	4	-	5
6	Тема 6. Тенденции развития маркетинговых информационных систем в сфере туристских услуг.	13	6	2	-	5

7.	Тема 7. Роль мега-событий в развитии туристской дестинации. Международный опыт продвижения территорий	16	4	2	-	10
	ИТОГО	108	32	16	-	60

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Теоретические основы маркетинга территорий Тема 1. Дестинация: понятие, структура, типология	11	2	-	-	9
2.	Тема 2. Принципы организации маркетинга дестинаций, их реализация	20	4	2	-	14
3.	Тема 3. Пространственный фактор среды маркетинга дестинаций.	30	2	2	-	12
4.	Раздел 2. Научно-практические и методические аспекты развития маркетинга территорий Тема 4. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции	18	2	2		14
5.	Тема 5. Основы брендинга туристских дестинаций.	15	2	2		11
6	Тема 6. Тенденции развития маркетинговых информационных систем в сфере туристских услуг.	14	2	-		12
7.	Тема 7. Роль мега-событий в развитии туристской дестинации. Международный опыт продвижения территорий		2	-		12
	ИТОГО	108	16	8	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Маркетинг территорий» 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. Теоретические основы маркетинга территорий

Тема 1. Дестинация: понятие, структура, типология

Дестинация в системе туризма. Маркетинг туристских территорий: понятие и основные этапы. Туристская дестинация как объект продвижения. Стратегия развития туристских дестинаций. Формирование туристской привлекательности как необходимое условие продвижения территории. Система туризма как объект исследования. Системные связи между дестинацией, транспортным комплексом, субъектами туроперейтинга и туристским спросом. Факторы среды системы туризма и их влияние: экономические, социальные, политические, экологические и технологические. Дестинация как турпродукт, цель путешествия, объект предпринимательства и субъект конкуренции. Структура туристской дестинации. Отраслевая, территориальная и продуктовая структуры дестинации. Типология туристских дестинаций. Зависимость масштабности дестинации в зависимости от удаленности туристского спроса. Иерархическая типология дестинаций в различных субрынках туризма: купально-пляжном, горно-спортивном, круизном, экскурсионном. Классификации туристских объектов территорий и комплексов. Атракционный пункт как локальная туристская дестинация. Искусственно созданные тематические локальные дестинации. Временные и событийные атракционные пункты. Место маркетингового управления в продвижении туристских территорий и комплексов.

Тема 2. Принципы организации маркетинга дестинаций, их реализация

Содержание маркетинга дестинаций. Маркетинг дестинаций в структуре маркетинга в туризме. Основные принципы маркетинга дестинаций: территориальной представительности, межотраслевого сотрудничества, акцентирования достопримечательностей, позиционирования видов туризма, кооперации предприятий, географической концентрации маркетинговых усилий. Организация маркетинга дестинаций - стран. Реализация принципов территориальной представительности и межотраслевого сотрудничества. Организация маркетинга туристского региона на основе принципа и позиционирования видов туризма.

Маркетинг туристского центра и методы акцентирования достопримечательностей. Организация маркетинга атракционного пункта на основе кооперации с предприятиями туристской индустрии. Реализация принципа территориальной концентрации маркетинговых усилий атракционного пункта. Разработка региональных туристских продуктов. Туристский потенциал территории. Роль организаций по маркетингу дестинаций в продвижении туристских территорий. Организации по

маркетингу дестинаций: подходы к определению, классификация. Теория стейкхолдеров. Анализ деятельности региональных и национальных ДМО на основе функций, которые они выполняют (на примере CVB гейнсвилла, НТО Новой Зеландии, Ярославского конвеншн бюро). Характеристика нормативно-правовой базы РФ, освещающей деятельность организации по маркетингу дестинаций. Система ДМО в России на Федеральном, региональном и локальном уровнях.

Тема 3. Пространственный фактор среды маркетинга дестинаций.

Понятие туристского пространства. Пространственные закономерности размещения туристских ресурсов и центров туристского спроса. Тенденции, проблемы и противоречия развития туристско-рекреационного комплекса РФ. Районирование территорий РФ по основным направлениям их перспективного развития в туризме. Особенности формирования территориальной рекреационной системы сферы туризма территории. Влияние местоположения дестинации на формирование доходов туристской индустрии. Глобализация как фактор формирования современной среды маркетинга дестинаций. Основные тенденции глобализации туризма: развитие глобального информационного пространства, внедрение глобальных систем бронирования и резервирования, распространение международных стандартов обслуживания, транснационализация капитала туристской индустрии, уменьшение барьеров на пути международных туристских миграций. Концепция поляризации мирового туристского пространства.

Пространственные процессы современного рынка туристских услуг. Поляризация мирового туристского рынка. Иерархические модели мирового туристского пространства И.И.Пирожника и А.Ю.Александровой. Понятие «центра», «полупериферии» и «периферии». Мировые центры интенсивного развития туристской индустрии. Полупериферийные зоны развития туристской индустрии. Продвинутая и глубокая периферия. Оценка положения дестинации в иерархической структуре туристского рынка и ее учет в стратегическом планировании маркетинга дестинации.

Раздел 2. Научно-практические и методические аспекты развития маркетинга территорий

Тема 4. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции

Туристские ресурсы как фактор развития дестинаций. Туристские ресурсы как часть рекреационных ресурсов. Классификация материальных туристских ресурсов. Мифотворчество как способ создания нематериальных туристских ресурсов. Перспективы создания мифологических туристских ресурсов как фактора получения дополнительного дохода туристской индустрии. Компетенции как фактор конкурентоспособности локальной туристской дестинации. Механизм формирования среды компетенций в туристской индустрии. Жизненный цикл туристской дестинации. Концепция эволюционного цикла туристского региона Р.В. Батлера. Модель жизненного

цикла дестинации Т. Бигера. Циклические закономерности развития туристской индустрии в дестинации. Формирование туристских кластеров дестинаций. Концепция трех монополий в развитии туристской дестинации. Современная концепция управления впечатлениями в организации туристского обслуживания посетителей дестинации.

Тема 5. Основы брендинга туристских дестинаций.

Сущность бренда туристской дестинации. Сущность брендинга. Брендинг как маркетинговая стратегия, форма пиара, процесс создания и управления нематериальными активами. Преимущества предприятия туристской индустрии, использующего бренд: лояльность потребителей, меньшая уязвимость маркетинга со стороны конкурентов, дополнительные возможности получения дохода, усиление маркетинговых коммуникаций. Факторы увеличения доходов предприятия, использующего бренд: эластичный отклик на уменьшение цены, неэластичный отклик на увеличение цены, франчайзинг или лицензирование. Базовый концепт брендинга территорий. Основные принципы, задачи, функции и инструментарий брендинга территорий. Роль ИМК в продвижении бренда.

Мировой опыт брендинга территорий. Отечественный опыт брендинга территорий. Перспективные варианты брендинга территорий, актуальные для российских территорий.

Этапы формирования бренда: маркетинговые исследования, разработка структуры бренда, выбор имени, формирование образа, визуальное воплощение. Структуры развития брендов: зонтичная и комплексная. Фирменный стиль как визуальное отображение бренда. Элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип, слоган, фирменный блок, фирменные цвета, особенности дизайна, шрифт, внутрифирменные стандарты. Носители фирменного стиля. Неформализованные бренды туристских дестинаций. Формализованные бренды туристских дестинаций. Формирование бренда дестинации со сложным культурно-историческим и рекреационно-ресурсным потенциалом.

Тема 6. Тенденции развития маркетинговых информационных систем в сфере туристских услуг.

Модель маркетинговой информационной системы туризма. Программное обеспечение маркетинговой деятельности в туризме. Система интернет-инструментов продвижения дестинаций. Современные тенденции распространения информационных технологий в туристской индустрии. Функции интернет-маркетинга дестинаций: коммуникационная (информационно-рекламная), сбытовая (обеспечение бронирования и резервирования), продуктовая (формирование комплексного турпродукта), трансфертная (денежные переводы и расчеты). Использование дестинацией специализированных туристических порталов в целях рекламы и сбыта. Информационные технологии в маркетинге гостиниц и ресторанов. Обеспечение доступа туристской индустрии дестинаций в глобальные системы бронирования и резервирования (Амадеус, Галилео и др.).

Контекстная реклама дестинаций в Интернете. Коммуникационные свойства web-сайтов туристских дестинаций. Особенности создания сайта туристской дестинации. Структура сайта дестинации. Методы повышения посещаемости сайта. Оценка коммуникационных свойств сайта дестинации.

Тема 7. Роль мега-событий в развитии туристской дестинации. Международный опыт продвижения территорий

Событийный туризм: определение и значение. Мега-событие как катализатор эффективного продвижения туристской дестинации на международном уровне. Продвижение на международном туристском рынке в контексте проведения ЧМ–2018 по футболу. Специфика продвижения города. Анализ примеров маркетинга и брендинга городов. Специфика продвижения города. Летняя олимпиада 2012 года и ее влияние на формирование бренда Лондона. Зимняя олимпиада 2014 года и ее влияние на формирование бренда Сочи. Особенности разработки бренда города в связи с мега-событием - чемпионат мира по футболу 2018 года. Международные тенденции продвижения территорий. Продвижение территорий на примере Германии и США. Продвижение территорий на примере Китая и Японии

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема	Тема	Тема	Тема	Тема	Тема	Тема
		1	2	3	4	5	6	7
Знать:								
1	– предметы, цели и задачи маркетинга территорий;	+						
2	– понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга;	+	+	+	+	+	+	+
3	– виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа;	+	+	+	+	+	+	+
4	– механизмы и технологии маркетинга территорий.		+	+	+	+	+	+
Уметь:								
5	– применять инструменты исследований в маркетинге территорий;		+	+	+	+	+	+
6	– разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации;	+	+	+	+	+	+	+
7	– использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе;		+	+	+	+	+	+
8	– разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга.	+	+	+	+	+	+	+
Владеть:								
9	– способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга;	+	+	+	+	+	+	+
10	– способами управления имиджем территории;			+	+	+	+	+
11	– методами разработки и реализации маркетинговых программ.		+	+	+	+	+	+
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>								
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 **профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:**

	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК								
13	– ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.3. Знает принципы и методы управления изменениями	+	+	+	+	+	+	+	+
14	– 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	+	+	+	+	+	+	+	+
15	– ПК-8. Способен разрабатывать аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений 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	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 1. Дестинация: понятие, структура, типология	Каковы основные составляющие дестинации как продукта в маркетинге территорий? Отличия территории как продукта от классического продукта.	4
2	Тема 2. Принципы организации маркетинга дестинаций, их реализация	Самостоятельно выберите конкретный российский регион/город, а затем: а) проведите маркетинговый анализ данного региона/города; б) сформулируйте его стратегическое видение; в) выявите и оцените существующие риски; г) составьте маркетинговый план развития на ближайшие 10 лет.	2
3	Тема 3. Пространственный фактор среды маркетинга дестинаций.	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. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции	Решение ситуационных задач и кейсов.	2
5	Тема 5. Основы брендинга туристских дестинаций.	Понятие и виды территориального имиджа На примере одного из регионов РФ по вашему выбору рассмотрите и проанализируйте структурные элементы регионального имиджа, его объективную и субъективную составляющие Проанализируйте предложенный регион и ответьте на вопросы:	2

		<p>1. Какие ошибки допущены в имиджевой политике данного региона?</p> <p>2. Какие ответные действия в исследуемом регионе необходимо предпринимать в ответ на изменения маркетинговой стратегии конкурентов?</p> <p>3. Какие объекты можно позиционировать как имиджеобразующие в исследуемом регионе?</p> <p>4. Какие возможности усиления имиджа существуют в регионе?</p>	
6	Тема 6. Тенденции развития маркетинговых информационных систем в сфере туристских услуг.	<p>Система интернет-инструментов продвижения дестинаций.</p> <p>Контекстная реклама дестинаций в Интернете. Коммуникационные свойства web-сайтов туристских дестинаций. Особенности создания сайта туристской дестинации.</p> <p>Анализ посещаемости сайта д</p>	4
7	Тема 7. Роль мега-событий в развитии туристской дестинации. Международный опыт продвижения территорий	<p>Риски в маркетинге территорий</p> <p>Туристические столицы мира</p> <p>Рассмотрение ключевых рейтингов (по странам и городам)</p>	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Тема 2. Принципы организации маркетинга дестинаций, их реализация	<p>Самостоятельно выберите конкретный российский регион/город, а затем:</p> <p>а) проведите маркетинговый анализ данного региона/города;</p> <p>б) сформулируйте его стратегическое видение;</p> <p>в) выявите и оцените существующие риски;</p> <p>г) составьте маркетинговый план развития на ближайшие 10 лет.</p>	2
2	Тема 3. Пространственный фактор среды	<p>Сегментация туристов и ее значение в маркетинге дестинаций</p> <p>Географическая сегментация</p> <p>Демографическая сегментация</p>	2

	маркетинга дестинаций.	Психографическая сегментация Поведенческая сегментация Выделите наиболее перспективные сегменты туристов для вашего региона.	
3	Тема 4. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции	Решение ситуационных задач и кейсов.	2
4	Тема 5. Основы брендинга туристских дестинаций.	Понятие и виды территориального имиджа На примере одного из регионов РФ по вашему выбору рассмотрите и проанализируйте структурные элементы регионального имиджа, его объективную и субъективную составляющие Проанализируйте предложенный регион и ответьте на вопросы: 1. Какие ошибки допущены в имиджевой политике данного региона? 2. Какие ответные действия в исследуемом регионе необходимо предпринимать в ответ на изменения маркетинговой стратегии конкурентов? 3. Какие объекты можно позиционировать как имиджеобразующие в исследуемом регионе? 4. Какие возможности усиления имиджа существуют в регионе?	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.

- Общая характеристика рынка России.
- Концепция маркетинга в российских регионах.
- Анализ маркетинговых сред (на примере одного из муниципальных образований).
 - Российские товарные марки и брэнды городов и регионов.
 - Ценовая политика регионов: возможности, стратегии и методы ценообразования (на конкретном примере).
 - Система организации товародвижения в регионе (на конкретном примере).
 - Формирование брендовой политики территории.
 - Инвестиционная деятельность муниципального образования в рамках комплекса маркетинга (на конкретном примере).
 - Привести примеры типов маркетинга на территориях России.
 - Особенности территориального деления: СТРАНА, РЕГИОН, ГОРОД, ПРИГОРОД, СЕЛЬСКАЯ МЕСТНОСТЬ.
 - Стратегия позиционирования территории.
 - Субъекты маркетинга территории, их цели и интересы.
 - Предпосылки использования маркетинга в территориальном управлении конкретного муниципального образования.

- Особенности маркетинговой деятельности на территории России.
- Примеры классификации российских рынков.
- Основные направления маркетинговых исследований в России.
- Содержание и основные направления маркетинговой деятельности предприятия.
- Российские бренды, их развитие.
- Концепция позиционирования территории.
- Построение карты регионального рынка продаж и схемы распределения продукции региона, муниципального образования.
- Проблемы конкурентного окружения территории.
- Проблемы рыночных отношений в регионах и муниципальных образованиях.
- SWOT- анализ территории на примере.
- В чем заключается конкуренция регионов, муниципалитетов.
- Организация общественного мнения на территории.

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. Теоретические основы маркетинга территорий

Практические задания. Решите кейс (максимальная оценка – 5 баллов).

Жерар Депардьё выпустил свою эксклюзивную серию часов с названием «Горжусь быть русским» (Gerard Depardieu Edition «Proud to be Russian»). Над реализацией этого проекта актеру помогала известная швейцарская компания Cvstos. На сайте фирмы опубликовано фото, на котором 65-летний Депардьё одет в черную куртку с изображением герба России, а на его руке — черные часы, циферблат которых украшен двуглавым орлом, изготовленным из чистого золота. Часы, стоимость которых не уточняется, будут доступны в трех комплектациях — с автоматическим механизмом, хронографом или турбийоном. 6 января 2013 г. Жерар Депардьё получил российское гражданство. Причиной подобного поступка стало недовольство актера планами французского правительства по увеличению налога для богатых.

Вопросы и задания.

1. Как повлияет выпуск часов Gerard Depardieu Edition «Proud to be Russian» на имидж России на внутреннем и внешнем рынке?
2. Опишите целевой сегмент рынка часов Gerard Depardieu Edition «Proud to be Russian».
3. Сформируйте идентичность бренда часов Gerard Depardieu Edition «Proud to be Russian» с учетом ценностей России и особенностей восприятия Жерара Депардьё в России и за рубежом.

Контрольная работа №1. Максимальная оценка – 10 баллов.

Регионы, муниципалитеты имеют неравномерную степень экономического развития, географические, климатические, социальные и культурные особенности. Особенности политики, поэтому в них сформировалась различная экономическая ситуация, инвестиционная привлекательность, политическая стабильность, качество жизни, уровень безопасности и преступности, туристическая привлекательность, уровень развития инфраструктуры.

Подготовьте ответы:

1. Как может быть реализована стратегия правительства государства, региона по поддержке экономически отсталых территорий?
2. Необходимо ли этим заниматься и в какой степени?
3. В чем должна заключаться суть маркетинговых исследований для принятия основополагающих решений?
4. Как должен выглядеть план реализации стратегии по развитию территории?

Практическое задание (максимальная оценка – 5 баллов).

Вы являетесь ответственным за связи с общественностью (PR) крупного российского региона. Какие основные мероприятия и элементы PR вы будете использовать в своей работе и почему? Дайте обоснованный ответ.

Контрольная работа №2. Максимальная оценка – 10 баллов.

С помощью метода дискуссионной фокус-группы (состав 5-7 человек) соберите и проанализируйте информацию о выбранном вами регионе РФ, указав:

- с чем ассоциируется регион и что является любимым (узнаваемым) брендом его жителей;
- описание визуального компонента имиджа региона;
- позитивные и негативные стороны в различных компонентах имиджа (визуальный, контекстный, социально-психологический).

Раздел 2. Научно-практические и методические аспекты развития маркетинга территорий

Примеры практических заданий (5 баллов за каждое задание):

Задача 1. Существует пять конкурентных сил, представленных М. Портером. Проанализируйте их использование к отдельным отраслям вашего региона (на примере конкретного региона). Ответ обоснуйте.

Задача 2. Вы являетесь ответственным за связи с общественностью (PR) крупного российского региона. Какие основные мероприятия и элементы PR Вы будете

Задача 3. Представьте сравнительные характеристики национальных культур стран исходя из особенностей культурной среды. Страны можно выбрать произвольно.

<i>Элементы культурной среды</i>	<i>Страны</i>			
Язык				
Синтетические формы культуры (обряд, обычай, традиция)				
Религия				
Цвет и форма				
Пунктуальность				
Престиж				
Воспитание				
Образование				
Предрассудки и стереотипы				
Восприятие				
Этика и мораль				

Задача 4.

Дать характеристику и оценить ключевые факторы конкурентоспособности курорта Сочи в табличной форме (примерная форма – таблица).

Наименование фактора	Характеристика Фактора	Оценка фактора
Фактор аттрактивности		
Экономические факторы		
Факторы безопасности		
Экологические факторы		
Технологические факторы		
Политические факторы		

Задача 5.

На основании приведенных факторов составить матрицу SWOT-анализа и сделать вывод о конкурентном потенциале Камчатского региона в плане туризма.

Уникальный природный туристско-рекреационный потенциал региона.

Отсутствие необходимого финансирования отрасли на федеральном и региональном уровнях.

Недостаточно развитая сеть средств размещения, отсутствие комфортабельных отелей.

Возросший интерес к путешествиям по Камчатке отечественных и иностранных туристов и жителей Камчатки.

Использование энергии термальных вод, строительство газопровода, что снизит стоимость электро- и теплообеспечения и как следствие стоимость туристских услуг.

Развитие горнорудной промышленности Камчатки может отрицательно отразиться на состоянии уникальной природной среды.

Сейсмические проявления сдерживают строительство фешенебельных отелей.

Рост стоимости нефти вызовет дальнейший рост транспортных затрат и стоимости услуг в целом.

Высокая стоимость турпутевок, в том числе за счет транспортной составляющей.

Конкуренция на транспорте за рынки сбыта снизит стоимость турпакета.

Разработка и внедрение технологий по бережному использованию природного потенциала региона будет способствовать его сохранению.

Конкуренция на отечественном и зарубежном рынках туризма.

Задача 6.

Приведите удачные примеры продвижения региональных продуктов в России.

Контрольная работа в форме опроса. Максимальная оценка 30 баллов.

1. Реклама и другие коммуникации в маркетинге регионов.
2. Основные каналы продвижения территориального продукта.
3. Прямой маркетинг как одно из средств продвижения территории.
4. Роль средств PR в продвижении территории.
5. Перечислите первичные и вторичные источники информации в ходе анализа территорий.
6. Методики оценки конкурентоспособности региона.
7. Репутационные риски территорий.
8. Специфика брендинга территорий.
9. Механизмы формирования имиджа и репутации территории.
10. Цели, механизмы сегментирования рынка в территориальном маркетинге.
11. Средства маркетинговых коммуникаций при продвижении территориального продукта.
12. Опыт применения комплекса маркетинга территории в мировой и отечественной практике.
13. Системы локализации территориального продукта.
14. Управление брендингом территории.
15. Сегментация в территориальном маркетинге.
16. Позиционирование и дифференциация территории.
17. Характеристика этапов внедрения территориального маркетинга.
18. Задачи и ожидаемый результат для отдельных этапов маркетинга территории.
19. Примеры программ, которые могут быть разработаны в рамках плана маркетинга территорий.
20. Организационные структуры управления территориальным маркетингом.

21. Критерии выбора привлекательных рыночных сегментов в маркетинге территорий
22. Позиционирование и дифференциация территории.
23. Дифференциация территорий.
24. Процесс выбора территории как места проживания и (или) осуществления деятельности
25. Разработка деловых стратегий территории.
26. Выбор приоритетных направлений деятельности – «портфельная стратегия».
27. Выбор направлений роста деловой активности на территории - стратегия роста.
28. Конкурентная стратегия.
29. Конкурентоспособность территории.
30. Классификация конкурентных преимуществ территории.
31. Функциональные стратегии территории.
32. Инвестиционная стратегия территории. Инвестиционный климат территории.
33. Маркетинг страны и маркетинг города: общее и особенное.
34. Механизмы формирования имиджа и репутации территории.
- 35 Проблемы конкурентоспособности страны на мировых рынках.
36. Регион, как объект исследования территориального маркетинга.
37. Выбор бренда в процессе формирования имиджа территории.
38. Особенности формирования программ продвижения территории
39. Основные направления деятельности органов государственной и муниципальной власти в системе маркетинга инфраструктуры.
40. Роль органов власти в организации взаимодействия и координации деятельности разных субъектов маркетинга территорий.
41. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга.
42. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга.

8.3. Вопросы для итогового контроля освоения дисциплины (7 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. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 262 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-03593-3. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469045>

Б. Дополнительная литература

1. Логунцова, И. В. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / И. В. Логунцова, И. В. Малькова. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 163 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-09402-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469015>

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:

23. Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>

24. Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>

25. <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора

26. <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»

27. <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека

28. 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 22. Word 23. Excel 24. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Тема 1. Дестинация: понятие, структура, типология</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – предметы, цели и задачи маркетинга территорий; – понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга; – виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; – разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга. 	<p>Оценка за практическую работу</p>
<p>Тема 2. Принципы организации маркетинга дестинаций, их реализация</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга; – виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа; – механизмы и технологии маркетинга территорий. <p><i>Умеет:</i></p>	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольную работу №1</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – применять инструменты исследований в маркетинге территорий; – разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; – использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе; – разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга; – методами разработки и реализации маркетинговых программ. 	
<p>Тема 3. Пространственный фактор среды маркетинга дестинаций.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга; – виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа; – механизмы и технологии маркетинга территорий. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять инструменты исследований в маркетинге территорий; – разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; – использовать различные инструменты маркетинговых 	<p>Оценка за практическую работу</p>

	<p>коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе;</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга; – способами управления имиджем территории; – методами разработки и реализации маркетинговых программ. 	
<p>Тема 4. Дестинация как объект предпринимательства и субъект конкуренции</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга; – виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа; – механизмы и технологии маркетинга территорий. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять инструменты исследований в маркетинге территорий; – разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; – использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе; – разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга. <p><i>Владеет:</i></p>	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольный работу №2</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга; – способами управления имиджем территории; – методами разработки и реализации маркетинговых программ. 	
<p>Тема 5. Основы брендинга туристских дестинаций.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга; – виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа; – механизмы и технологии маркетинга территорий. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять инструменты исследований в маркетинге территорий; – разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; – использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе; – разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга; – способами управления имиджем территории; 	<p>Оценка за доклад</p> <p>Оценка за практическую работу</p>

	– методами разработки и реализации маркетинговых программ.	
<p>Тема 6. Тенденции развития маркетинговых информационных систем в сфере туристских услуг.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга; – виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа; – механизмы и технологии маркетинга территорий. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять инструменты исследований в маркетинге территорий; – разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; – использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе; – разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга; – способами управления имиджем территории; – методами разработки и реализации маркетинговых программ. 	Оценка за практическую работу

<p>Тема 7. Роль мега-событий в развитии туристской дестинации. Международный опыт продвижения территорий</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийный и категориальный аппарат территориального маркетинга; – виды и особенности маркетинга территорий в зависимости от уровня анализа; – механизмы и технологии маркетинга территорий. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять инструменты исследований в маркетинге территорий; – разрабатывать эффективные маркетинговые коммуникации; – использовать различные инструменты маркетинговых коммуникаций при анализе конкретных ситуаций в регионе; – разрабатывать направления развития территорий посредством применения инструментов маркетинга. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – способами и приемами поиска информации, необходимой для анализа и оценки территориального маркетинга; – способами управления имиджем территории; – методами разработки и реализации маркетинговых программ. 	<p>Оценка за практическую работу Оценка за контрольный работу №3</p>
---	---	--

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 территорий»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований</p> <p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>07.007</p> <p>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 №</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>		<p>маркетинговой информации</p>	<p>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.</p>
--	---	--	---------------------------------	--

<p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>				
<p>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</p>	<p>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</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>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</p>	<p>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»,</p>

системы продвижения товаров(услуг) организации.	организации продаж продуктов, услуг и технологий)			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;	Аналитические центры и консалтинговые агентства	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам

<p>Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p>	<p>Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования</p> <p>08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>	<p>управления маркетинговой деятельностью организации.</p>	<p>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</p>	<p>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.</p>
--	--	--	---	---

				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-блоггинг 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, Facebook. 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 блоггинга). 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 ТРЕБОВАНИЯМ 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	4

		<p>Как вовлекать и удерживать аудиторию помимо контента: чаты, подписки и др. интерактив (примеры best practice)</p> <p>Метрики эффективности: ретеншн-рейт, глубина и т.п.: какие есть и что они означают?</p> <p>Примеры супер-успешных с точки зрения контента сайтов</p> <p>На что влияет контент сайта</p> <p>Дистрибуция контента: возможности, особенности, грабли, подводные камни</p>	
6	Раздел 6. Основы Social Media Marketing	<p>Электронная коммерция</p> <p>Путь клиента и грабли на его пути (загрузка сайта, отсутствие нужного товара, некорректная форма заказа, возможности по оплате и т.п. - типичные ошибки ИМ)</p> <p>Настройка таргетированной рекламы в Вконтакте</p>	6
7	Раздел 7. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга	<p>Основные группы отчетов и возможности кастомизации отчетов</p> <p>Какие группы задач решает веб-аналитика (техническая сторона работы сайта, анализ UX, анализ эффективности рк и источников трафика, маркетинговая аналитика)</p> <p>Связь онлайн и офлайн</p> <p>Какие данные можно передавать дополнительно</p> <p>Кейсы</p> <p>Что такое UX? Как его измерять? как сделать сайт user-friendly?</p> <p>Как продвигать сайт в зависимости от его размера, типа товаров, как догонять)</p> <p>Как сделать аудиторию лояльной? (знание бренда, простое название сайта, подписки и пуши и др. инструменты привязки аудитории к сайту)</p>	4
8	Раздел 8. Видео-блогинг как новый вид маркетинговых коммуникаций	<p>Итоговое практическое задание</p> <p>Развиваем контентную площадку: формируем контент-план, продвигаем, настраиваем монетизацию</p>	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, простое название сайта, подписки и пуши и др. инструменты привязки аудитории к сайту)	2
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 Facebook.
17. Маркетинговые коммуникации в TikTok.
18. Маркетинговые коммуникации в Instagram.
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

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

№	Поисково й запрос	Поискова я система	Занимаема я позиция	ИС предприятия- конкурента	
				Предыдуща я позиция	Последующа я 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. – 301 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-

534-04238-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://bibli-online.ru/bcode/432128>

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, 2022. – 439 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3732-9. – Текст: электронный // ЭБС 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 // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/473049>

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:

29. Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>

30. Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>

31. <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора

32. <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»

33. <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека

34. 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 25. Word 26. Excel 27. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787,	8	бессрочная

	ЭВМ) WinRAR, Архиватор	накладная № Tr048787 от 20.12.10		
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности организаций.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – структуру российского рынка интернет-услуг; – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; 	<p>Оценка за практические занятия</p>
<p>Раздел 2. Проведение маркетинговых исследований в Интернете.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; – этапы организации маркетинговых исследований в Интернете. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; – определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга; – выбирать тип сбора информации в ходе 	<p>Оценка за контрольную работу №1</p>

	<p>маркетинговых исследований в сети Интернет;</p> <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; – технологией проведения маркетинговых исследований в сети Интернет. 	
<p>Раздел 3. Маркетинговые коммуникации в Интернете.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – структуру российского рынка интернет-услуг; – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; – содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за практические занятия</p>

<p>Раздел 4. Теоретические основы e-mail маркетинга.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; – специфику проведения электронных рассылок, как маркетингового инструмента; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций. 	<p>Оценка за практические занятия</p>
<p>Раздел 5. Регулярная информационная рассылка</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; – разрабатывать стратегию e-mail маркетинга. 	<p>Оценка за контрольную работу №2</p>

	<p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций. 	
<p>Раздел 6. Основы Social Media Marketing</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; – этапы организации маркетинговых исследований в Интернете. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса в интернет-пространстве; – выбирать тип сбора информации в ходе маркетинговых исследований в сети Интернет. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – современными технологиями продвижения продукции и услуг в поисковых системах и социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций; 	
<p>Раздел 7. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – опыт российских и зарубежных компаний по реализации маркетинговых мероприятий в сети Интернет; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических 	<p>Оценка за практические занятия</p>

	<p>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;</p>	
<p>Раздел 8. Видео-блогинг как новый вид маркетинговых коммуникаций</p>	<p><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;</p>	<p>Оценка за контрольную работу в форме опроса №3 Оценка за доклад</p>

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
«Интернет-маркетинг»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в социальных медиа»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований</p> <p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>07.007</p> <p>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 №</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>		<p>маркетинговой информации</p>	<p>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.</p>
--	---	--	---------------------------------	--

<p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>				
<p>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</p>	<p>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</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>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</p>	<p>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»,</p>

системы продвижения товаров(услуг) организации.	организации продаж продуктов, услуг и технологий)			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;	Аналитические центры и консалтинговые агентства	ПК-8. Способен практически использовать современные концепции	ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам

<p>Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p>	<p>Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования</p> <p>08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>	<p>управления маркетинговой деятельностью организации.</p>	<p>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</p>	<p>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.</p>
--	--	--	---	---

				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», «Facebook», «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, Facebook. 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 ТРЕБОВАНИЯМ 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 информацию, конъюнктуру рынка товаров 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	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, FB, MyTarget Комьюнити-менеджмент SEO: больше, чем поисковая выдача Email-маркетинг: все о письмах Таргетированная реклама в ВКонтакте Знакомство с Instagram. То, чего не знают 90% пользователей 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 Instagram	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	8

		«Яндекс.Маркет» и другие прайс-агрегаторы КРІ проектов	
--	--	---	--

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	Раздел 1	<p>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.</p>	2
2	Раздел 2	<p>Продвижение в VK, FB, MyTarget Комьюнити-менеджмент SEO: больше, чем поисковая выдача Email-маркетинг: все о письмах Таргетированная реклама в Vkontakt Знакомство с Instagram. То, чего не знают 90% пользователей 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 Instagram</p>	6
3	Раздел 3	<p>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</p>	2
4	Раздел 4	<p>Перформанс маркетинг «Яндекс.Маркет» и другие прайс-агрегаторы KPI проектов</p>	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 Facebook.
17. Маркетинговые коммуникации в TikTok.
18. Маркетинговые коммуникации в Instagram.
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 КРІ 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, имеющихся 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 fb (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты)
5. Особенности продвижения в ОК (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты).
6. Особенности продвижения в Instagram (возможности, аудитория, таргетинг, инструменты).
7. Системы веб-аналитики и мониторинга соцмедиа.
8. Особенности поведения потребителей в соцмедиа.
9. Планирование маркетингового исследования в соцмедиа.
10. Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа.
11. Работа с негативом в соцмедиа.
12. Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа.
13. Вирусная реклама в Интернете: особенности технологии и методы.
14. распространения.
15. Источники маркетинговой информации в сети Интернет.
16. Технология e-mail маркетинга и правила составления рекламного сообщения.
17. Маркетинговые функции Интернет-сайтов.
18. Продвижение сайта в социальных сетях: SMO и SMM.
19. Традиционные способы продвижения продукции в Интернет.
20. Основные показатели Интернет-статистики.
21. Инновационные технологии продвижения продукции в Интернет.
22. Преимущества Интернет-сайтов перед традиционными средствами передачи маркетинговой информации.
23. Понятие поисковой оптимизации и содержание основных этапов.
24. Понятие «юзабилити» в Интернет-маркетинге.
25. Преимущества маркетинговых исследований в Интернет.

26. Методы формирования лояльности потребителей в социальных сетях.

27. Технологии маркетинговых исследований в Интернет.

28. 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. – 301 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04238-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://bibli-online.ru/bcode/432128>

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, 2022. – 439 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3732-9. – Текст: электронный // ЭБС 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 // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/473049>

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 28. Word 29. Excel 30. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Аудитория социальных сетей и бизнес-задачи в социальных медиа.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – специальную терминологию систем аналитики; – ключевые SMM-инструменты. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях; – применять различные инструменты SMM. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях. 	<p>Оценка за практические занятия</p>
<p>Раздел 2. Основы Social Media Marketing</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях; – определять перспективные средства коммуникаций с целевой аудиторией на основе современных информационных технологий; 	<p>Оценка за контрольную работу №1</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – применять различные инструменты SMM. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях; – навыками работы в социальных сетях. 	
<p>Раздел 3. Работа с контентом для социальных сетей</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – структуру российского рынка классификацию современных методов продвижения продукции и услуг в Интернете; – специальную терминологию систем аналитики; – ключевые SMM-инструменты; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях; – определять перспективные средства коммуникаций с целевой аудиторией на основе современных информационных технологий; – применять различные инструменты SMM. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях; – навыками общения с потенциальными клиентами, посредством применения электронных коммуникаций; – навыками работы в социальных сетях. 	<p>Оценка за практические занятия</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p>
<p>Раздел 4. Оценка эффективности и результативности Интернет-маркетинга</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – классификацию современных методов продвижения продукции и услуг в Интернете; – содержание и последовательность этапов разработки таргетированной рекламы в социальных сетях; 	<p>Оценка за практические занятия</p> <p>Оценка за контрольную работу №3</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – специальную терминологию систем аналитики; – ключевые SMM-инструменты. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать поведение потребителей экономических благ в социальных сетях; – определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга; – применять различные инструменты SMM. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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 доклад
--	--	------------------

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»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Связи с общественностью»

Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Форма обучения очная, очно-заочная

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Я.П. Молчановой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
менеджмента и маркетинга

(Наименование кафедры)

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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. 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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>для продвижения бренда</p>		<p>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.</p>
--	---	-------------------------------	--	--

Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).				
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	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	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

	<p>(в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>			<p>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)</p>
--	--	--	--	--

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:	1	36	27
Лекции	0,89	24	18
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12	9
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2	84	63
Контактная самостоятельная работа	2	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.	64	20	12	-	32
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		28
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

		Академ. часов				
--	--	---------------	--	--	--	--

№ п/п	Раздел дисциплины	Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1.	62	11	5	-	46
2.	Раздел 2.	46	7	4	-	35
	ИТОГО	108	18	9	-	81

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 ТРЕБОВАНИЯМ 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 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	+	+
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.	2
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. Ачкасова В. А. и др. Связи с общественностью как социальная инженерия: учебник для академического бакалавриата. Гриф УМО ВО М.: Изд-во Юрайт, 2022. 351 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/472133>
2. Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. Связи с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата. Гриф УМО ВО. М.: Изд-во Юрайт, 2022. 337 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/469810>
3. Коноваленко В. А., Коноваленко. М. Ю., Швед Н. Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность: учебник для бакалавров. М.: Изд-во Юрайт, 2022. 383 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/479369>

Б. Дополнительная литература

1. Емельянов С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата. М.: Изд-во Юрайт, 2022. 197 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/472261>
2. Малькевич А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата М.: Изд-во Юрайт, 2022. 109 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/473382>
3. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата. М.: Изд-во Юрайт, 2022. 173 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/474171>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Журналы:

- [Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. Реклама и связи с общественностью.](https://vestnik.journ.msu.ru/rubric/advertising_and_pr/) 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 01.01.2022 составляет 1716243 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:

№ 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	8	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: - Word - Excel - Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 12.05.2020 № 19-17ЭА/2020	не ограничено, лимит проверок 6000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструментарий PR для продвижения продукции; - анализировать опыт деятельности в области PR передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - информацией об организации различных PR-мероприятий; - навыками определения критериев, определяющих эффективность и результативность PR-кампаний. 	<p>Подготовлен, представлен и обсужден доклад Оценка презентации Работа на семинарских занятиях Оценка реферата</p>
<p>Раздел 2.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы и стандарты открытой отчетности компаний в области устойчивого развития. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать инструментарий PR для продвижения продукции; - анализировать характеристики имиджа и репутации компании. 	<p>Подготовлен, представлен и обсужден доклад Оценка презентации Работа на семинарских занятиях</p>

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
к рабочей программе дисциплины «Связи с общественностью»
основной образовательной программы
38.03.02 «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»
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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Корпоративный имидж»

Направление подготовки 38.03.02 – Менеджмент
(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»
(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

Форма обучения очная, очно-заочная

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: доцентом кафедры менеджмента и маркетинга Я.П. Молчановой.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
менеджмента и маркетинга

(Наименование кафедры)

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 **«Корпоративный имидж»** 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 и приобретение компетенций в области управления корпоративным имиджем.

Задачи дисциплины

- сформировать представление о теоретических основах работы с имиджем;
- выявить социально-психологические основы восприятия организации общественностью;
- ознакомить с современными информационно-коммуникативными технологиями по продвижению имиджа;
- определить роль имиджа в современном бизнесе, в повседневной жизни.

Дисциплина **«Корпоративный имидж»** преподается в 3 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
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

<p>Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность</p>	<p>УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p>	<p>УК-10.3 Владеет навыками выбора экономически обоснованных решений в различных областях жизнедеятельности</p>
---	--	---

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p>

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>для продвижения бренда</p>		<p>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.</p>
--	---	-------------------------------	--	--

Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).				
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	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	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

	<p>(в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>			<p>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)</p>
--	--	--	--	--

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- понятие и основные составляющие имиджа компании;
- правила и основные этапы управления имиджем;
- роль основных коммуникативных событий в создании и поддержании имиджа;
- роль корпоративной социальной ответственности в формировании имиджа организации.

Уметь:

- оперировать современным инструментарием в конструировании имиджа;
- использовать современные информационно-коммуникативные технологии по продвижению личностного и корпоративного имиджа;
- анализировать опыт деятельности в области корпоративного имиджа передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования.

Владеть:

- навыками исследования имиджа и репутации, а также оценки имиджевых программ;
- навыками построения личностного и корпоративного имиджа;
- навыками выбора критериев, определяющих эффективность и результативность работы с имиджем компании.

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:	1	36	27
Лекции	0,89	24	18
Практические занятия (ПЗ)	0,44	12	9
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2	84	63
Контактная самостоятельная работа	2	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.	52	16	8	-	28
1.1	Имидж и его роль в деловой жизни	6	2	-	-	4
1.2	Концептуальные модели корпоративного имиджа	10	2	2	-	6
1.3	Корпоративная репутация в системе имиджирования	12	4	2	-	6
1.4	Роль корпоративной социальной ответственности в создании имиджа	24	8	4	-	12
2.	Раздел 2.	56	16	8		32
2.1	Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы	10	4	2	-	4
2.2	Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы	8	2	2	-	4
2.3	Сохранение и защита позитивного имиджа организации	8	1	3	-	4
2.4.	Роль психотехнологий в восприятии информации. Психологические приемы манипулирования психическим сознанием человека и масс.	12	4	-	-	8
2.5	Работа с имиджем личности: ведущие типы и элементы	18	5	1	-	12
	ИТОГО	108	32	16	-	60

Очно-заочная форма обучения

		Академ. часов				
--	--	---------------	--	--	--	--

№ п/п	Раздел дисциплины	Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1.	52	8	4	-	40
2.	Раздел 2.	56	10	5	-	41
	ИТОГО	108	18	9	-	81

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1.

1.1. Имидж и его роль в деловой жизни

Современное значение термина «имидж». Субъекты имиджирования. Атрибуты, факторы и компоненты имиджа. Концептуальные характеристики имиджа. Разновидности имиджа.

Имиджелогия как наука о стратегии, тактике и технологии создания позитивного имиджа. Имиджмейкинг как научно-практическая ветвь имиджелогии. Профессия имиджмейкера. Службы и специалисты по созданию имиджа на предприятии. Мотивы формирования корпоративного имиджа. Имидж в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций фирмы.

1.2. Концептуальные модели корпоративного имиджа

Исследования корпоративного имиджа: Роль и место клиента в имиджмейкинге. Традиционная и современная модели коммуникации и имиджа. Понимание источников, факторов, структуры имиджа, связи имиджа с поведением потребителей и корпоративной идентичностью в традиционной и современной моделях.

1.3. Корпоративная репутация в системе имиджирования

Определение имиджа и репутации в отечественной и зарубежной науке. Факторы, влияющие на корпоративную репутацию. Понятие корпоративной философии. Основополагающая роль корпоративной философии в формировании имиджа фирмы.

Исследование связи корпоративной философии и успешности работы организации. Формы декларирования корпоративной философии. Миссия и ценности организации. Принципы деятельности организации. Цели и стратегия организации.

1.4. Роль корпоративной социальной ответственности в создании имиджа

Понятие корпоративной социальной ответственности. Основные составляющие. Анализ практики ведущих компаний.

Раздел 2. Технологии работы с имиджем

2.1. Основы технологии формирования внешнего имиджа фирмы

Функции внешнего имиджирования. Определение целевых аудиторий. Разработка компонентов внешнего имиджа организации. Фирменное наименование и аббревиатура, торговая марка, логотип и фирменная шрифтовая надпись, девиз и слоган, лозунг, знамя, флаг, вымпел, фирменный цвет, внешний вид персонала, дизайн интерьера и экстерьера, фирменные бланки, брошюры, рекламные проспекты, упаковочный материал и т.д. Создание сообщений. Способы передачи сообщений. Взаимодействие со средствами массовой информации. Имиджевые рекламные кампании. Имиджевая общественная деятельность.

2.2. Основы технологии формирования внутреннего имиджа фирмы

Целенаправленное управление внутренними коммуникациями в целях имиджирования.

Кадровая политика предприятия как способ формирования внутреннего имиджа фирмы. Подбор персонала. Система профессиональной адаптации, продвижения и ротации. Повышение уровня профессиональных знаний. Тренинги знаний и навыков. Программы стимулирования труда и формирование позитивного имиджа организации. Поддержание благоприятного социально-психологического климата. Организация неформального общения сотрудников. Формы отдыха, обеспечивающие сплочение коллектива.

2.3. Сохранение и защита позитивного имиджа организации

Изменчивость и устойчивость имиджа. Мониторинг корпоративного имиджа. Аспекты сохранения и защиты позитивного имиджа. Поддержание провозглашенных корпоративных стандартов: добросовестность в служении декларируемым принципам, подтверждение качества работы престижными наградами и сертификатами, членство в авторитетных организациях, поддержание профессиональных стандартов, антикризисный PR.

2.4. Роль психотехнологий в восприятии информации. Психологические приемы манипулирования психическим сознанием человека и масс.

Внушение как гипнотическое воздействие. Различные типы высшей нервной деятельности человека и их роль во внушении. Роль бессознательного. Психофизиологические состояния и внешние обстоятельства, повышающие внушаемость. Психотехнологии. Нейролингвистическое программирование (НЛП). Техника информационного воздействия (психопрограммирование). Роль психотипа при коммуникативных контактах. Основные правила при налаживании контакта с объектом. Иерархия мотивов. Основные закономерности функционирования сознания. Техника информационного воздействия на человека. Способы манипулирования психическим сознанием человека. Способы воздействия на аудиторию СМИ с помощью манипуляций. Характерные признаки, свойственные массовому поведению.

2.5. Работа с имиджем личности: ведущие типы и элементы.

Имидж личности: ведущие типы и элементы. Системообразующие личного имиджа. Личностные предпосылки создания имиджа. Понятия персонального, профессионального, делового имиджа. Факторы и компоненты персонального делового имиджа. Внешние факторы персонального делового имиджа: общие физические данные, мимика, одежда, жестикация, цветотип, макияж, аксессуары, типы лица, прическа и т.д. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж: уровень нравственности, внешние данные, интеллектуальные, художественные, информационные качества личности, склонность к общению и лидерству, коммуникабельность, эмпатичность, психическое здоровье и др. Нормативные ожидания относительно внешнего облика представителя той или иной профессии. Особенности невербальной коммуникации. Составляющие кинетического имиджа. Основы физиогномики. Мимика. Характеристики взгляда. Основные правила

зрительного контакта. Язык жестов. Жесты-символы. Типы кинетики головы. Язык телодвижений. Позы. Их разновидности.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2
	Знать:		
1	– понятие и основные составляющие имиджа компании;	+	
2	– правила и основные этапы управления имиджем;	+	
3	– роль основных коммуникативных событий в создании и поддержании имиджа;	+	
4	– роль корпоративной социальной ответственности в формировании имиджа организации;	+	
	Уметь:		
5	– оперировать современным инструментарием в конструировании имиджа;		+
6	– использовать современные информационно-коммуникативные технологии по продвижению личного и корпоративного имиджа;		+
7	– анализировать опыт деятельности в области корпоративного имиджа передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования.	+	+
	Владеть:		
8	– навыками исследования имиджа и репутации, а также оценки имиджевых программ;		+
9	– навыками построения личного и корпоративного имиджа;		+
10	– навыками выбора критериев, определяющих эффективность и результативность работы с имиджем компании.		+
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-3.2 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	+	+
12	– 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 <i>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</i>				
	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 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	+	+
14	– 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	1.2	Особенности имиджа предприятий различных сфер	2
2	1.3	Имидж высшего учебного заведения на примере РХТУ им. Д.И. Менделеева	2
3	1.4	Примеры КСО различных компаний	4
4	2.1	Использование метафор в работе над имиджем	1
5	2.1	Производство визуальных компонентов. Составление креативного брифа. Бренд-бук.	1
6	2.2.	Разработка корпоративного этического кодекса	1
7	2.2	Программы лояльности различных компаний и их роли в создании имиджа.	1
8	2.3	Разработка имиджа магазина, кафе, зоны отдыха.	1
9	2.3	Искусство презентации. Основные правила	1
10	2.3	Имиджевые кампании различных организаций.	1
11	2.5	Работа с имиджем руководителя. Анализ практических примеров.	1

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела дисциплины	Темы практических занятий	Часы
1	1.2.	Особенности имиджа предприятий различных сфер	2
2	1.4	Примеры КСО различных компаний	2
3	2.1	Производство визуальных компонентов. Составление креативного брифа. Бренд-бук.	2
4	2.3	Имиджевые кампании различных организаций.	2
5	2.5	Работа с имиджем руководителя. Анализ практических примеров.	1

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 освоения дисциплины.

Максимальная оценка за доклады составляет 40 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 30 баллов.

Для студентов очно-заочно формы обучения предусмотрен зачет по дисциплине «Корпоративный имидж», который включает устный ответ на контрольные вопросы по всем разделам учебной программы дисциплины.

Максимальная оценка за 2 доклада составляет 40 баллов.

Максимальная оценка за реферат составляет 20 баллов.

Максимальная оценка за ответы на *зачете* – 40 баллов.

8.1. Примерная тематика рефератов

3. Современное состояние и проблемы развития науки об имидже в России (XXI век).
4. Имидж как научная категория.
5. Визуальные компоненты фирменного стиля. Составление креативного брифа.
6. Фирменный стиль как средство формирования корпоративного имиджа
7. Создание слоганов. Анализ опыта передовых компаний.
8. Брендинг социально ответственного поведения.
9. Оценка эффективности и результативности имиджевых программ.
10. Информационная стратегия сопровождения имиджевых программ.
11. Имиджевые кампании по персональному PR.
12. Имиджевые программы по продвижению организаций.
13. Новостное производство и смысловое позиционирование.
14. Репутационный менеджмент в Интернете.
15. Информационный эталон и организация мероприятий для прессы.
16. Генезис научных представлений о корпоративной культуре.
17. Мифодизайн в культуре организации.
18. Корпоративный кодекс как инструмент управления корпоративными отношениями в компании.
19. Влияние экономического кризиса на политику развития корпоративной культуры компании.
20. Проблема социальной ответственности организации.
21. Особенности формирования профессионального самосознания специалистов.
22. Роль социальных сетей в формировании корпоративной репутации.
23. Корпоративная мифология, корпоративная культура и корпоративная репутация.
24. Воздействие репутации на оценочную стоимость корпорации.
25. Количественные и качественные методы оценки корпоративной репутации.
26. Корпоративная социальная ответственность в практике современных компаний.
27. Этика бизнеса в эпоху глобализации.
28. Проблемы этики бизнеса в России.
29. Специфика профессиональной деятельности имидж-консультанта.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Раздел 1

1. Определение понятия имиджа. Структура и элементы корпоративного имиджа.
2. История становления научных воззрений на феномен имиджа в отечественной и зарубежной науке XX столетия.
3. Имидж в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций фирмы.
4. Основные составляющие имиджа организации.
5. Понятия имиджирования и имиджмейкинга.
6. Традиционная модель корпоративного имиджа.
7. Роль создания имиджа.
8. Современная модель корпоративного имиджа.
9. Основные особенности работы с имиджем на этапе формирования компании с прицелом на определенный сегмент рынка.
10. Основные особенности работы с имиджем на этапе утверждения компании на захваченных позициях и ее стабильного существования
11. Основные особенности работы с имиджем на этапе инновационной деятельности компании с целью расширения рынка при стабильно прочном положении на занимаемых позициях.
12. Философия организации: определение, структура, функции.
13. Миссия и принципы деятельности организации как часть корпоративной философии.
14. Ценности организации как часть корпоративной философии.
15. Цели организации и их отношение к корпоративной философии.
16. Компоненты внешнего имиджа организации.
17. Компоненты внутреннего имиджа организации.
18. Визуализация имиджа. Фирменный стиль.
19. Школы и подходы в исследованиях взаимосвязи имиджа и репутации.
20. Факторы, влияющие на репутацию.
21. Корпоративный кодекс и его значение.
22. Особенности имиджа образовательного заведения.
23. Особенности имиджа предприятия в сфере розничной торговли.
24. Особенности имиджа производственного предприятия.
25. Понятие корпоративной социальной ответственности. Основные составляющие.
26. Измерение репутации. Информационный аудит.

Раздел 2

1. Информационная стратегия сопровождения имиджевых программ

2. Имиджевые кампании.
3. Имиджевые конструкции в медиа.
4. Внутренний имидж и факторы, влияющие на его формирование.
5. Взаимосвязь внутреннего имиджа организации и корпоративной культуры.
6. Способы и средства внешнего имиджирования в организации.
7. Способы и средства внутреннего имиджирования в организации.
8. Креативный бриф. Бренд-бук.
9. Значение для имиджа легенды, слогана, названия фирмы и виртуальных героев.
10. Визуальные коммуникации и их использование для построения имиджа.
11. Понятие фирменного стиля и его составляющие.
12. Корпоративная реклама.
13. Креативная стратегия и медиастратегия.
14. Лидеры мнений и специфика работы с ними.
15. Методы исследования корпоративного имиджа.
16. Нормы, ценности и установки. Общественное мнение.
17. Общественное сознание и общественная психология.
18. Обыденное сознание и его закономерности.
19. Основные закономерности работы с социальной информацией: внимание, кодирование, хранение, воспроизведение.
20. Оценка имиджа, её критерии и показатели.
21. Противодействие негативному информационно-психологическому воздействию на имидж организации.
22. Социально-психологические механизмы формирования имиджа.
23. Этические аспекты создания и управления корпоративным имиджем.
24. Понятие персонально-делового имиджа.
25. Внутренние и внешние факторы, определяющие персональный имидж.
26. Понятие вербального имиджа.
27. Техника информационного воздействия (психопрограммирования).
28. Роль психотипа при коммуникативных контактах. Основные правила при налаживании контакта с объектом.
29. Основные закономерности функционирования сознания. Техника информационного воздействия на человека.
30. Характерные признаки, свойственные массовому поведению.
31. Имидж человека: ведущие типы и элементы. Системообразующие личного имиджа.
32. Элементы личностного имиджа.
33. Понятия персонального, профессионального, делового имиджа.
34. Внешние факторы персонального делового имиджа.

35. Внутренние факторы, определяющие персональный деловой имидж. Нормативные ожидания относительно внешнего облика представителя той или иной профессии.

36. Особенности невербальной коммуникации.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

4. Семенова Л. М. Имиджмейкинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры – М.: Изд-во Юрайт. – 2022. – 141 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475643>

5. Семенова Л. М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда: учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Изд-во Юрайт, 2022. – 243 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475396>

Б. Дополнительная литература

1. Ильин, В. А. Психология лидерства: учебник для вузов. – М.: Изд-во Юрайт. – 2022. – 311 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469050>.

2. Тульчинский Г. Л., Терентьева В. И. Бренд-менеджмент. Бренддинг и работа с персоналом: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры. – М. Изд-во Юрайт, 2022. – 255 с. Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/471939>

9.2. Рекомендуемые источники научно-технической информации

Журналы:

– [«Маркетинг в России и за рубежом» – электронный выпуск журнала URL: www.mavriz.ru](http://www.mavriz.ru)

– [«Маркетолог» – электронный выпуск журнала URL: http://www.marketolog.ru/](http://www.marketolog.ru/)

– [«Корпоративная имиджология» – научно-практический журнал URL: http://www.ci-journal.ru/](http://www.ci-journal.ru/)

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет

– <http://www.createbrand.ru/> – профессиональный, новостной PR-портал; содержит статьи по рекламе, маркетингу, бизнесу, PR, бренддингу, рекламному законодательству, креативу, HR-менеджменту, а также истории успеха.

– <https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/pr/> – Энциклопедия маркетинга, раздел корпоративный имидж

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 62).

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 01.01.2022 составляет 1716243 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 «*Корпоративный имидж*» 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: - Word - Excel - Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 12.05.2020 № 19-17ЭА/2020	не ограничено, лимит проверок 6000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие и основные составляющие имиджа компании; - правила и основные этапы управления имиджем; - роль основных коммуникативных событий в создании и поддержании имиджа; - роль корпоративной социальной ответственности в формировании имиджа организации. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать опыт деятельности в области корпоративного имиджа передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования. 	<p>Подготовлен, представлен и обсужден доклад</p> <p>Оценка презентации</p> <p>Работа на семинарских занятиях</p> <p>Оценка реферата</p>
<p>Раздел 2.</p>	<p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать современным инструментарием в конструировании имиджа; - использовать современные информационно-коммуникативные технологии по продвижению личного и корпоративного имиджа; - анализировать опыт деятельности в области корпоративного имиджа передовых российских и зарубежных компаний, выявлять возможности его практического использования. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками исследования имиджа и репутации, а также оценки имиджевых программ; - навыками построения личного и корпоративного имиджа; - навыками выбора критериев, определяющих эффективность и результативность работы с имиджем компании. 	<p>Подготовлен, представлен и обсужден доклад</p> <p>Оценка презентации</p> <p>Работа на семинарских занятиях</p>

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
к рабочей программе дисциплины **«Корпоративный имидж»**
основной образовательной программы
38.03.02 «Менеджмент»
профиль **«Маркетинг»**
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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Социальный маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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.

Задачами курса являются:

- 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				
<p>Владение современными инструментами комплекса маркетинга;</p> <p>Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков;</p> <p>Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p>	<p>Аналитические центры и консалтинговые агентства</p> <p>Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний</p> <p>Учреждения науки и образования</p> <p>08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и</p>	<p>ПК-8.</p> <p>Способен практически использовать современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.</p>	<p>ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга</p> <p>ПК-8.2. Умеет анализировать элементы комплекса маркетинга в различных отраслях и сферах деятельности</p> <p>ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами</p>	<p>Анализ требований к 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.</p> <p>Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366 н,</p>

	технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)			<p>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)</p>
--	---	--	--	--

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 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	– 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 <i>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</i>								
	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК						
10	– ПК-8. Способен разрабатывать	– ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга	+	+	+	+	+	+

	аналитические материалы и отчеты по оценке деятельности производственных подразделений 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	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	ознакомление студентов со структурой и содержанием маркетингового плана; с особенностями применения различных	2

	социальной сферой	маркетинговых стратегий в социальном маркетинге, заслушивание проблемных докладов, дискуссия, разбор кейса.	
3	Маркетинговые исследования в социальной сфере	формирование навыков проведения маркетинговых исследований в социальной сфере путем разбора ситуационных заданий и решения расчетных задач	2
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 которой 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).

Контрольный 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, трансакции 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

А. Основная литература

1. Инновационный маркетинг : учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.] ; под редакцией С. В. Карповой. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 457 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00354-3. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: — URL: <https://urait.ru/bcode/468986>

Б. Дополнительная литература

1. Вишнякова, Ю. А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы: практическое пособие / Ю. А. Вишнякова. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 140 с. – (Профессиональная практика). – ISBN 978-5-534-12509-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476669>

2. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для академического бакалавриата / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 192 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-10941-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/473234>

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:

35. Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>

36. Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>

37. <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора

38. <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»

39. <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека
40. [http://caseportal.ucoz.ru/index/rukovodstvo_po_resheniju_kejsov/0-170 - кейс портал](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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 31. Word 32. Excel 33. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Тема 1. Сущность и содержание социального маркетинга</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; – состав и содержание комплекса социального маркетинга. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач. 	<p>Оценка за практическую работу</p>
<p>Тема 2. Организация маркетингового управления социальной сферой</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; 	<p>Оценка за практическую работу</p>

	<p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками применения современного маркетингового инструментария для решения социальных задач; – приемами разработки социального проекта и его воплощения в практике. 	
<p>Тема 3. Маркетинговые исследования в социальной сфере</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p>	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольную работу №1</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Тема 4. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия социального маркетинга; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за практическую работу</p>

<p>Тема 5. Разработка комплекса социального маркетинга</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; – состав и содержание комплекса социального маркетинга. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за практическую работу</p>
---	---	--------------------------------------

<p>Тема 6. Особенности коммуникаций в социальном маркетинге</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия социального маркетинга; – принципы социальной ответственности и компетентности; технологии маркетинга и маркетинговых инноваций в социальной сфере; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за реферат</p> <p>Оценка за контрольную работу №2</p>
--	--	---

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
«Социальный маркетинг»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Промышленный маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 **«Промышленный 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 системы знаний о специфике осуществления маркетинговой деятельности на промышленном рынке

Задачи дисциплины:

- изучение объекта и предмета промышленного маркетинга;
- изучение основных элементов промышленного и B2B рынков;
- изучение моделей поведения потребителей и покупателей на промышленных и B2B рынках;
- изучение специфики маркетинговых коммуникаций;
- овладение навыками операционной деятельности отдела маркетинга (маркетолога).

Дисциплина **«Промышленный маркетинг»** 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:

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

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p>	<p>ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса</p>	<p>ПК-4.2. Знает основы расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>07.007</p> <p>Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции</p>

<p>управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды</p>	<p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах:</p>	<p>ПК-5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты</p>	<p>ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей</p>	<p>Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p>
--	--	---	--	---

<p>исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне</p>	<p>управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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.</p>
--	---	---	--	---

подразделения и рабочей команды (группы).				
---	--	--	--	--

<p>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.</p>	<p>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)</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>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</p>	<p>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</p>
---	--	--	--	---

				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	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования	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 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

<p>маркетинговых исследований</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>			<p>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)</p>
-----------------------------------	---	--	--	---

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- основные понятия и инструменты промышленного маркетинга;
- его отличительные особенности от маркетинга на B2C -рынке;
- типологию продукции производственно-технического назначения;
- факторы, определяющие поведение покупателя на промышленном рынке;
- особенности применения комплекса маркетинга на промышленных предприятиях.

Уметь:

- анализировать ситуации закупки на промышленном рынке;
- планировать мероприятия на B2B-рынке;
- анализировать особенности поведения участников B2B-рынка;
- оценивать и анализировать товарную политику компании, действующую на B2B-рынке;
- оценить уровень информационного обеспечения промышленного предприятия.

Владеть:

- навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на B2B-рынке;
- разработкой маркетингового комплекса для предприятий в сфере B2B;
- механизмом оценки внешней и внутренней среды промышленного предприятия.

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	0,9	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		60	45
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
--------------------------------	----------------

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад .ч.	Астр .ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	24	18
Лекции	0,9	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	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		<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	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Промышленный маркетинг	20	6	2	-	12
2.	Тема 2. Основные характеристики промышленных рынков	26	8	2	-	16
3.	Тема 3. Особенности работы маркетолога на промышленном рынке	16	4	4	-	8
4.	Тема 4. Информационное обеспечение предприятия на промышленном рынке	20	4	4	-	12
5.	Тема 5. Формирование комплекса маркетинга на промышленном предприятии	26	10	4	-	12
	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.	Тема 1. Промышленный маркетинг	20	4	-	-	16
2.	Тема 2. Основные характеристики промышленных рынков	24	2	2	-	20
3.	Тема 3. Особенности работы маркетолога на промышленном рынке	20	2	2	-	16
4.	Тема 4. Информационное обеспечение предприятия на промышленном рынке	20	2	2	-	16
5.	Тема 5. Формирование комплекса маркетинга на промышленном предприятии	24	6	2	-	16
	ИТОГО	108	16	8	-	84
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Промышленный 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. Промышленный маркетинг.

Подходы к разделению маркетинга на промышленный и потребительский. Предмет и объект промышленного маркетинга. Дифференциация промышленного маркетинга. Основа эффективного промышленного маркетинга. Принципы и особенности промышленного маркетинга.

Тема 2. Основные характеристики промышленных рынков

Участники промышленных рынков и их характеристики. Характеристика спроса на промышленном рынке. Установление и развитие отношений на промышленных рынках, дистанции между партнерами. Система факторов внешней среды на промышленном рынке: экономические, технологические, общественно-политические. Система факторов микросреды: партнеры, конкуренты, потребители, контактные аудитории. Формы кооперации на промышленных рынках. Конкуренция на промышленных рынках. Маркетинг отношений на промышленном рынке. Факторы внутренней среды промышленного предприятия: ресурсный потенциал, организационная культура предприятия, стратегия введения инноваций. Комплекс маркетинга промышленного предприятия.

Тема 3. Особенности работы маркетолога на промышленном рынке

Последовательность деятельности в подборе персонала на промышленном рынке. Рейтинг личностных факторов. Специализация маркетинговой службы. Особенности организации и проведения маркетинговых исследований на промышленном рынке.

Тема 4. Информационное обеспечение предприятия на промышленном рынке

Информационная деятельность в промышленном маркетинге. Методы и приемы сбора данных, виды информации. Понятие и структура маркетинговой информационной системы (МИС). Основное назначение МИС. Обзор МИС на российском рынке. Использование сети Интернет при проведении исследований. CRM – системы на промышленных предприятиях. Потребительские базы данных. Обоснование необходимости исследований промышленных рынков. Этапы маркетингового исследования в промышленной среде. Особенности планирования выборки. Специфика опроса в промышленной среде. Основные направления исследований промышленных рынков.

Тема 5. Формирование комплекса маркетинга на промышленном предприятии

Товарная политика и товарный ассортимент. Факторы, определяющие ассортимент продукции. Этапы планирования товарного ассортимента: оценка текущего состояния ассортимента и возможностей компании, организация товарного планирования и создание новых товаров, прекращение производства устаревших / неудачных товаров. Особенности брендинга на промышленном рынке, элементы лояльности к промышленной торговой марке. Особенности ценообразования. Основные аспекты ценообразования: процесс ценообразования, методы установления базовой цены. Виды и структура цен при оптовых поставках, виды цен по способу фиксации. Публикуемые и расчетные цены. Контрактные и модифицированные цены. Скидки и надбавки в промышленном сбыте. Способы организации сбытовой сети. Основные типы посредников в промышленном сбыте. Особенности сбыта сырьевых товаров, товарные биржи и их роль. Планирование каналов сбыта ППТН, факторы, влияющие на выбор канала. Организация канала: подходы к привлечению посредников, критерии отбора посредников. Управление деятельностью каналов сбыта. Особенности личной продажи в промышленной среде. Особенности коммуникации в промышленной среде. Реклама товаров промышленного назначения: специфика, цели, содержание и ориентация текстов. Основные средства промышленной коммуникации: средства прямого и косвенного воздействия, дополнительные средства коммуникации.

Пресс-конференция: сущность, задачи и этапы ее организации. Основные правила проведения пресс-конференций. Особенности общения представителей компании с представителями СМИ в рамках пресс-конференции.

Характеристика и основные этапы организации событийного маркетинга. Этапы событийного маркетинга. Отличие событийного маркетинга на рынках B2B и B2C.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема 1	Тема 2	Тема 3	Тема 4	Тема 5
	Знать:					
1	– основные понятия и инструменты промышленного маркетинга;	+				
2	– его отличительные особенности от маркетинга на B2C -рынке;	+				
3	– типологию продукции производственно-технического назначения;		+			
4	– факторы, определяющие поведение покупателя на промышленном рынке;			+	+	+
5	– особенности применения комплекса маркетинга на промышленных предприятиях.					+
	Уметь:					
6	– анализировать ситуации закупки на промышленном рынке;	+	+			
7	– планировать мероприятия на B2B-рынке;	+	+			
8	– анализировать особенности поведения участников B2B-рынка;			+	+	+
9	– оценивать и анализировать товарную политику компании, действующую на B2B-рынке;					+
10	– оценить уровень информационного обеспечения промышленного предприятия.				+	
	Владеть:					
11	– навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на B2B-рынке;	+	+	+	+	+
12	– разработкой маркетингового комплекса для предприятий в сфере B2B;	+	+	+	+	+
13	– механизмом оценки внешней и внутренней среды промышленного 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					
14	– 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			+		
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-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			+		
16	– ПК-5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей					+
17	– ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать	– ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований	+	+	+	+	+

	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	+					+
18	– 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-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы					+	+
19	– 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	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Промышленный маркетинг	Отличительные особенности маркетинга на B2B Решение кейс-заданий	2
2	Основные характеристики промышленных рынков	Основные тенденции развития промышленного рынка Факторы, влияющие на глобализацию промышленного рынка	2
3	Особенности работы маркетолога на промышленном рынке	ABC-анализ на промышленном рынке Портфолио-анализ на промышленном рынке	4
4	Информационное обеспечение предприятия на промышленном рынке	Расчет цены на товары производственного назначения Сегментирование на промышленном рынке	4
5	Формирование комплекса маркетинга на промышленном предприятии	Событийный маркетинг на B2B и B2C Выставки на промышленном рынке Решение кейсов по политике продвижения на промышленном рынке	4

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Основные характеристики промышленных рынков	Факторы, влияющие на глобализацию промышленного рынка	2
2	Особенности работы маркетолога на промышленном рынке	ABC-анализ на промышленном рынке	2
3	Информационное обеспечение предприятия на промышленном рынке	Расчет цены на товары производственного назначения	2

4	Формирование комплекса маркетинга на промышленном предприятии	Решение кейсов по политике продвижения на промышленном рынке	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 контрольных работ (максимальная оценка 40 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 10 баллов), реферата (максимальная оценка 10 баллов) и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. Аутсорсинг как способ организации закупочной деятельности предприятия.
2. Благотворительность как стратегия продвижения бренда в сфере B2B.
3. Брендинг на промышленном (B2B) рынке.
4. Внешние источники маркетинговой информации промышленного предприятия.
5. Коммуникационная политика промышленного предприятия.
6. Конкурентные торги как форма совершения сделки на B2Bрынке.
7. Маркетинговые коммуникации на B2B -рынке.
8. Модели покупательского поведения предприятия на B2Bрынке.
9. Объекты интеллектуальной собственности как источник идеи для нового товара.
10. Организация маркетингового планирования на предприятии.
11. Организация работы отдела маркетинга на промышленном предприятии.
12. Особенности директ-маркетинга в сфере B2B.
13. Особенности личных продаж в сфере B2B.
14. Особенности сегментирования B2Bрынков.
15. Особенности создания сайта промышленной компании в сети Интернет.
16. Особенности спроса на B2B -рынке.
17. Отличительные особенности B2B от B2C рынков.
18. План мероприятий подготовки предприятия для участия в выставке.
19. Подходы к анализу товарного портфеля промышленного предприятия.
20. Позиционирование на B2B -рынке.
21. Проблемы развития промышленных брендов в сфере B2B.
22. Промышленный шпионаж: разрешенные и запрещенные методы.
23. Процесс принятия решения о закупке на B2B -рынке.
24. Разработка программы лояльности на B2B -рынке.
25. Разработка стратегии интернет-маркетинга в B2Bсфере.
26. Роль бенчмаркинга в деятельности промышленных предприятий.
27. Роль маркетинга в условиях кризиса на B2B -рынке.
28. Роль посредников на B2B -рынке.
29. Роль сервисного обслуживания на B2B -рынке.
30. Современные подходы к сегментированию на B2B -рынке.
31. Социальная ответственность как инструмент коммуникации с промышленным рынком.
32. Социально ответственный маркетинг на B2Bрынке.
33. Специфика бренд-менеджмента на промышленных рынках.
34. Спонсорство как эффективная маркетинговая технология при продвижении продукта на B2Bрынке.

35. Спонсорство на промышленных рынках: проблемы и перспективы развития.
36. Стратегии промышленной дистрибуции.
37. Стратегии ценообразования на B2B -рынке.
38. Стратегическое планирование на B2B -рынке.
39. Функции специалиста по маркетингу на промышленном предприятии.
40. Этика в промышленном маркетинге.

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 20 баллов.

Тема 1. Промышленный маркетинг.

Контрольная работа №1. Максимальная оценка 10 баллов.

Выделите особенности промышленного маркетинга компании S7, используя информацию, размещенную на их сайте <https://www.s7.ru/>

Выделите особенности промышленного маркетинга компании «Росатом», используя информацию, размещенную на их сайте <https://rosatom.ru>

Выделите особенности промышленного маркетинга компании «Лукойл», используя информацию, размещенную на их сайте <https://lukoil.ru/>

Тема 2. Основные характеристики промышленных рынков

Практическое задание. Максимальная оценка 5 баллов.

Провести конкурентный анализ рынка теплоизоляции (сегмент минеральная вата);

Провести конкурентный анализ рынка насосов (сегмент скважинные насосы).

Тема 3. Особенности работы маркетолога на промышленном рынке

Контрольная работа №2. Максимальная оценка 10 баллов.

Медико-фармацевтическая компания «Северо-Запад» – это группа компаний, включающая в себя предприятия оптовой и розничной торговли медикаментами, парафармацией, изделиями медицинского назначения и другой аптечной продукцией.

Головная компания холдинга – НАО «МФК Северо-Запад» основана 16 апреля 1992 г. и является одним из старейших оптовых фармацевтических предприятий в стране.

Центральный офис НАО «МФК Северо-Запад», расположенный в Санкт-Петербурге, управляет дочерними предприятиями, филиалами и обособленными подразделениями всего Холдинга.

Основной вид деятельности – дистрибьюция медикаментов ведущих отечественных и иностранных производителей.

Основные специализации:

- работа по программам льготного лекарственного обеспечения;
- поставки госпитальной продукции;
- повышение эффективности управления муниципальными аптечными предприятиями;

Задание. Разработайте структуру отдела маркетинга для данного предприятия.

Тема 4. Информационное обеспечение предприятия на промышленном рынке

Практическое задание. Максимальная оценка 5 баллов.

Разработайте событийное мероприятие, если заданы следующие условия
Заказчик: компания «Газпром».

Тип мероприятия: выездная конференция, презентация.

Участники: клиенты компании.

Цель: социально значимое мероприятие, повышающее лояльность к бренду.

Тема 5. Формирование комплекса маркетинга на промышленном предприятии

Контрольная работа в форме опроса №3. Максимальная оценка 20 баллов.

1. Объект и предмет промышленного маркетинга.
2. Основания для классификации промышленной продукции (ПТТН). Примеры классификаций.
3. Функции промышленного маркетинга.
4. Влияние российской специфики на промышленный маркетинг.
5. Основные составляющие покупательского поведения организации на промышленном рынке.
6. Новые тенденции в сфере закупок на промышленном рынке.
7. Принципы взаимодействия с поставщиками.
8. Факторы, влияющие на модель покупательского поведения в организациях.
9. Основные участники, роли и задачи закупочного центра.
10. Типы ситуации закупок. Тактика поставщиков при разных типах ситуаций закупок.
11. Стадии процесса закупок в организации.
12. Основные модели покупательского поведения на промышленном рынке (однофакторные и многофакторные).
13. Критерии выбора и оценки поставщиков. Требования к

поставщикам.

14. Методы выбора поставщика.
 15. Основные стадии развития концепций маркетинга, место и роль целевого маркетинга.
 16. Понятие и цели сегментирования промышленного рынка.
 17. Этапы сегментирования промышленного рынка.
 18. Основные принципы и критерии сегментирования промышленных рынков.
 19. Методы сегментирования промышленных рынков.
 20. Понятия целевого рынка и целевого сегмента. Выбор и способ определения целевого рынка.
 21. Основные стратегии и алгоритм позиционирования товара на промышленном рынке.
 22. Понятие и составляющие маркетинговой информационной системы.
 23. Вертикальная, горизонтальная, централизованная МИС. Понятие информационного центра.
 24. Функции службы маркетинга на промышленном предприятии.
 25. Роль, задачи и основные составляющие корпоративной информационной системы на промышленном предприятии.
 26. Информационно-аналитические системы и программные продукты, используемые промышленными маркетологами.
 27. Роль маркетинговых исследований и анализа в системе маркетингового управления на промышленном предприятии.
 28. Структурные модели организации маркетинговых исследований на промышленных предприятиях.
 29. Сравнительная характеристика маркетинговых исследований на промышленных и потребительских рынках.
 30. Основные методы маркетинговых исследований и анализа промышленных рынков.
 31. Основные источники информации, особенности их использования.
 32. Сложности и проблемы организации и проведения исследований на промышленных рынках.
 33. Основные методы определения объема промышленных рынков.
 34. Технологии исследования конкурентов на промышленных рынках.
 35. Программа маркетингового исследования на промышленном рынке.
 36. Продуктовая стратегия промышленного предприятия.
 37. Жизненный цикл товара на промышленном рынке.
- Характеристики стадий жизненного цикла промышленного товара.
38. Процесс разработки нового продукта.
 39. Специфика ценообразования на промышленных рынках.

Основные ценообразующие факторы и методы ценообразования.

40. Природа промышленной дистрибуции. Push и pull стратегии.
41. Факторы, влияющие на характер промышленной дистрибуции.
42. Понятие канала дистрибуции на промышленном рынке.

Участники канала дистрибуции.

43. Организация дистрибуции на промышленных рынках, выбор канала сбыта, методы управления маркетинговыми каналами.
44. Цели и задачи маркетинговых коммуникаций на промышленных рынках.
45. Основные виды маркетинговых коммуникаций на промышленных рынках.
46. Этапы разработки программы маркетинговых коммуникаций.
47. Специфика выбора средств маркетинговых коммуникаций на промышленных рынках.

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 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

Примерный перечень вопросов:

1. Определение предмета, объекта и особенностей промышленного маркетинга.
2. Типология продукции производственно-технического назначения.
3. Сравнительная характеристика потребительского и промышленного рынков.
4. Формы коммуникации на промышленных рынках.
5. Дистанции между партнерами на промышленном рынке.
6. Формы кооперации и конкуренции на промышленных рынках.
7. Промышленный шпионаж и экономическая (конкурентная разведка)
8. Особенности спроса на продукцию производственно-технического назначения (индустриальная, промышленная цепочка).
9. Характеристика (типология) промышленных покупателей.
10. Мотивация промышленных покупателей.
11. Сущность и принципы сегментации промышленных рынков.
12. Выбор целевых сегментов промышленного рынка.
13. Позиционирование на промышленном рынке.
14. Особенности проведения маркетинговых исследований в сфере В-2-В
15. Основные задачи процесса закупки и типы деловых закупок.

16. Основные виды закупочной ориентации компаний и типы закупочных процессов на промышленном рынке.
17. Основные стадии процесса закупки на промышленном рынке.
18. Особенности B-2-G маркетинга
19. Государственно-частное партнерство: сущность и основные направления развития
20. Модель покупательского поведения Уэбстера и Уинда (модель «закупочного центра»).
21. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение на промышленном рынке.
22. Модель покупательского поведения Шета.
23. Модель вознаграждения / оценки (модель Андерсона и Чемберса).
24. Модель покупательского поведения Шоффри и Лильена.
25. Модель поведения фирмы в условиях неопределенности (модель Д. Марча и Р. Сайерта)
26. Управление разработкой нового промышленного продукта.
27. Коммерциализация инноваций и анализ процесса принятия нового промышленного товара потребителями.
28. Управление техническим уровнем и качеством новой промышленной продукции
29. Система сертификация и стандартизации промышленной продукции.
30. Стратегии брендинга на промышленном рынке.
31. Факторы, влияющие на процесс ценообразования на промышленном рынке.
32. Цели и методы ценообразования на промышленном рынке.
33. Стратегии ценообразования на промышленном рынке.
34. Сущность и отличительные особенности системы сбыта промышленных товаров.
35. Виды посредников на промышленном рынке.
36. Управление каналами сбыта на промышленном рынке.
37. Особенности организации сбыта сырьевых товаров (биржевая и аукционная торговля).
38. Анализ процесса взаимодействия покупателя и торгового представителя на промышленном рынке.
39. Стратегическое партнерство покупателя и продавца на промышленном рынке.
40. Рекрутинг, отбор и обучение торгового персонала компании.
41. Оценка деятельности торгового персонала и его мотивация на промышленном рынке.
42. Технология SPIN-продаж на промышленном рынке.
43. Модель «иерархии эффектов» на промышленном рынке.
44. Особенности личной продажи промышленных товаров. Ведение деловых переговоров.

45. Особенности рекламы промышленных товаров.
46. Выставки и ярмарки как инструмент коммуникаций на промышленном рынке.
47. Разработка и проведение мероприятий публичных отношений на промышленном рынке.
48. Маркетинг организаций по добыче и производству сырья и материалов.
49. Маркетинг производителей комплектующих изделий.
50. Маркетинг производителей технологического оборудования.
51. Маркетинг строительных организаций.
52. Маркетинг предприятий легкой промышленности.
53. Расширенная концепция соперничества Майкла Портера (модель 5 сил).
54. Методы оценки конкурентоспособности стран и отраслей.
55. Методы оценки конкурентоспособности предприятия.
56. Методы оценки конкурентоспособности товаров.
57. Сущность маркетингового планирования. План маркетинга предприятия.
58. Маркетинговый потенциал промышленного предприятия.
59. Базовые стратегии роста промышленного предприятия.
60. SWOT-анализ как инструмент стратегического планирования маркетинга
61. Матрица Бостон Консалтинг Групп (матрица БКГ).
62. Матрица General Electric.
63. Конкурентные стратегии предприятия на промышленном рынке.
64. Методология формирования организационных структур управления маркетингом предприятий.
65. Виды организационных структур управления маркетингом на предприятии (функциональная, товарная, рыночная, региональная, формирование целевых групп по маркетингу).
66. Методология контроля маркетинга предприятия.
67. Виды контроля маркетинга на предприятии.
68. Содержание и роль интеллектуальной собственности как маркетингового инструмента продвижения научно-технической продукции на рынок.
69. Рынок интеллектуальных продуктов и его особенности.
70. Лицензионные соглашения как способ продажи научно-технической продукции на промышленном рынке.

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 «**Промышленный маркетинг**» проводится в 7 семестре (очная форма обучения), 9 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:

<p>«Утверждаю» зав.каф. МиМ (Должность, наименование кафедры)</p> <p>_____ Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2022г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра менеджмента и маркетинга</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг»</p>
	<p>Промышленный маркетинг</p>
<p>Билет №11 1. Модель покупательского поведения Уэбстера и Уинда (модель «закупочного центра»).</p> <p>2. Маркетинг строительных организаций.</p>	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Чернышева, А. М. Промышленный (B2B) маркетинг: учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – 2-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 472 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-13680-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468911>

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, 2022. – 396 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/484237>

Б. Дополнительная литература

1. Маркетинг на 2b2 рынках: отношенческий подход: учебное пособие / С.П. Куц, М.М. Смирнова; Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. – 272 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:

41. Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>

42. Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>

43. <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора

44. <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»

45. <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека

46. 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «*Промышленный 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 34. Word 35. Excel 36. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Тема 1. Промышленный маркетинг</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и инструменты промышленного маркетинга; – его отличительные особенности от маркетинга на B2C -рынке; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать ситуации закупки на промышленном рынке; – планировать мероприятия на B2B-рынке; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на B2B-рынке; – разработкой маркетингового комплекса для предприятий в сфере B2B; 	<p>Оценка за контрольную работу</p>
<p>Тема 2. Основные характеристики промышленных рынков</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Знает: – типологию продукции производственно-технического назначения; – Умеет: – анализировать ситуации закупки на промышленном рынке; – планировать мероприятия на B2B-рынке; – Владеет: – навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и 	<p>Оценка за практическую работу</p>

	<p>коммуникационной политики на B2B-рынке; – разработкой маркетингового комплекса для предприятий в сфере B2B;</p>	
<p>Тема 3. Особенности работы маркетолога на промышленном рынке</p>	<p><i>Знает:</i> – факторы, определяющие поведение покупателя на промышленном рынке; <i>Умеет:</i> – анализировать особенности поведения участников B2B-рынка; <i>Владеет:</i> – навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на B2B-рынке; – разработкой маркетингового комплекса для предприятий в сфере B2B;</p>	<p>Оценка за контрольную работу</p>
<p>Тема 4. Информационное обеспечение предприятия на промышленном рынке</p>	<p><i>Знает:</i> – факторы, определяющие поведение покупателя на промышленном рынке; <i>Умеет:</i> – анализировать особенности поведения участников B2B-рынка; – оценить уровень информационного обеспечения промышленного предприятия; <i>Владеет:</i> – навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на B2B-рынке; – разработкой маркетингового комплекса для предприятий в сфере B2B;</p>	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за реферат</p>

	<p>– механизмом оценки внешней и внутренней среды промышленного предприятия.</p>	
<p>Тема 5. Формирование комплекса маркетинга на промышленном предприятии</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – факторы, определяющие поведение покупателя на промышленном рынке; – особенности применения комплекса маркетинга на промышленных предприятиях. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать особенности поведения участников B2B-рынка; – оценивать и анализировать товарную политику компании, действующую на B2B-рынке; <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками принятия решений в области товарной, ценовой, распределительной и коммуникационной политики на B2B-рынке; – разработкой маркетингового комплекса для предприятий в сфере B2B; – механизмом оценки внешней и внутренней среды промышленного предприятия. 	<p>Оценка за контрольную работу в форме опроса</p> <p>Оценка за экзамен</p>

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
«Промышленный маркетинг»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинговый аудит»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 «**Маркетинговый аудит**» 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 целостного представления о механизме полной, постоянной, независимой проверки маркетинговой среды, целей, планов, стратегий и отдельных форм маркетинговой деятельности организации или ее структурных подразделений.

Задачи дисциплины:

- выявление проблем компании и возможностей рынка;
- разработка плана действий по развитию и совершенствованию маркетинговой деятельности компании;
- формирование данных для собственников и акционеров компании, крупных кредиторов, инвесторов, которым интересно текущее положение, а главное – перспективы рыночной позиции компании и ее продуктов, устойчивость продуктового и клиентского портфелей, эффективность маркетинговых стратегий компании, реалистичность маркетинговых планов.

Дисциплина «**Маркетинговый аудит**» 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:**

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
------------------------------	---	---

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p>	<p>ПК-4. Способен проводить аудит деятельности в рамках кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации на соответствие требованиям и целевым показателям процесса</p>	<p>ПК-4.2. Знает основы расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>07.007</p> <p>Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции</p>

управленческой структуры организаций; Организация работы исполнителей (команды	Бизнес-процессы управления в организации 08 Финансы и экономика (в сферах:	ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс- функциональные процессы и проекты	ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей	Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция:
--	---	---	--	---

<p>исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне</p>	<p>управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>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</p>	<p>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</p>	<p>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.</p>
--	---	---	---	--

подразделения и рабочей команды (группы).				
---	--	--	--	--

<p>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.</p>	<p>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)</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>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</p>	<p>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</p>
---	--	--	--	---

				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	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования	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 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

<p>маркетинговых исследований</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>			<p>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)</p>
-----------------------------------	---	--	--	---

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- принципы формирования стратегических целей компании;
- методы анализа внутренней и внешней среды маркетинга;
- принципы совершенствования маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании на основании результатов маркетингового аудита;
- особенности и методы анализа маркетинговой информации.

Уметь:

- ориентироваться в этапах информационного обеспечения маркетинговых процессов;
- анализировать рыночную ситуацию и положение компании на рынке с помощью методов маркетингового анализа;
- применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.

Владеть:

- навыками бизнес-планирования создания и развития новых продуктов;
- принципами использования информационных систем для решения маркетинговых задач;
- методами анализа рынка, инструментами для стратегического и тактического планирования маркетинга.

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	0,9	32	24
Практические занятия (ПЗ)	0,45	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	60	45
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		60	45
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		

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад .ч.	Астр .ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	1,33	24	18
Лекции	0,9	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,45	8	6
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	1,67	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		<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	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Маркетинговый аудит как компонент маркетингового планирования.	20	6	2	-	12
2.	Тема 2. Внешний маркетинговый аудит. Анализ макросреды компании.	26	8	2	-	16
3.	Тема 3. Внешний маркетинговый аудит. Анализ мезосреды компании.	16	4	4	-	8
4.	Тема 4. Внутренний маркетинговый аудит.	18	4	4	-	10
5.	Тема 5. Оценка связи сильных и слабых сторон компании с возможностями и угрозами внешней среды.	14	6	2	-	6
6.	Тема 6. Анализ результатов аудита и выбор направлений по совершенствованию маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании.	14	4	2	-	8
	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.	Тема 1. Маркетинговый аудит как компонент маркетингового планирования.	20	4	-	-	16
2.	Тема 2. Внешний маркетинговый аудит. Анализ макросреды компании.	20	2	2	-	16
3.	Тема 3. Внешний маркетинговый аудит. Анализ мезосреды компании.	20	2	2	-	16
4.	Тема 4. Внутренний маркетинговый аудит.	18	2	2	-	14
5.	Тема 5. Оценка связи сильных и слабых сторон компании с возможностями и угрозами внешней среды.	20	4	2	-	14
6.	Тема 6. Анализ результатов аудита и выбор направлений по совершенствованию маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании.	10	2	-	-	8
	ИТОГО	108	16	8	-	84
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

4.2 Содержание разделов дисциплины

Маркетинговый аудит» 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. Маркетинговый аудит как компонент маркетингового планирования.

Классификация маркетинговой информации. Анализ и его классификация, понятие маркетингового анализа. План маркетинга, его компоненты. Маркетинговый аудит: понятие, цели и задачи. Внешний и внутренний маркетинговый аудит.

Тема 2. Внешний маркетинговый аудит. Анализ макросреды компании.

Понятие внешнего маркетингового аудита и его роль в деятельности компаний в современных условиях.

Анализ макросреды: социально-демографические, экономические, экологические, научно-технические (технологические), политические, юридические и культурные факторы, представляющие наибольшую угрозу или открывающие наилучшие возможности для компании.

Тема 3. Внешний маркетинговый аудит. Анализ мезосреды компании.

Анализ мезосреды компании: анализ потребителей, конкурентов, каналов дистрибуции. Модель покупательского поведения, сегментирование потребителей, признаки сегментирования. Модель 5-и конкурентных сил М.Портера. Матрица конкурентного профиля.

Тема 4. Внутренний маркетинговый аудит.

Оценка микросреды компании. Операционные результаты деятельности компании, ее текущие маркетинговые цели, стратегии. Матричный анализ бизнес-портфеля компании: матрицы BCG, GE-McKinsey, матрица «доля в выручке – доля в росте выручки». Оценка эффективности комплекса маркетинга.

Тема 5. Оценка связи сильных и слабых сторон компании с возможностями и угрозами внешней среды.

Выявление сильных, нейтральных и слабых сторон компании (SNW-анализ). Анализ связи внутренних и внешних факторов, действующих на компанию (SWOT-анализ), выявление потенциала сильных и слабых сторон, степени реализации возможностей и угроз. Разработка сценариев развития компании.

Тема 6. Анализ результатов аудита и выбор направлений по совершенствованию маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании.

Корректировка маркетинговых целей компании. Разработка маркетинговой стратегии. Формирование решения по комплексу маркетинга: товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик.

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	– принципы формирования стратегических целей компании;	+	+	+	+	+	+
2	– методы анализа внутренней и внешней среды маркетинга;		+	+	+		
3	– принципы совершенствования маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании на основании результатов маркетингового аудита;	+				+	+
4	– особенности и методы анализа маркетинговой информации.	+	+	+	+	+	+
	Уметь:						
5	– ориентироваться в этапах информационного обеспечения маркетинговых процессов;	+	+	+	+	+	+
6	– анализировать рыночную ситуацию и положение компании на рынке с помощью методов маркетингового анализа;		+	+	+	+	+
7	– применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования.	+	+	+	+	+	+
	Владеть:						
8	– навыками бизнес-планирования создания и развития новых продуктов;	+	+	+	+	+	+
9	– принципами использования информационных систем для решения маркетинговых задач;		+	+	+	+	
10	– методами анализа рынка, инструментами для стратегического и тактического планирования маркетинга.		+	+	+	+	+
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-3.2. Знает основные типы социальных взаимодействий и социально-психологические критерии эффективности управления коллективом				+	+		
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-4.2. Знает основы расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства	+	+	+	+	+	+	+
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-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	+	+	+	+	+	+
15	– 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-7.3. Владеет навыками применения современных инструментов ценообразования для максимизации прибыли фирмы		+	+	+	+	
16	– 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	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Маркетинговый аудит как компонент маркетингового планирования.	Составление плана маркетинга. Его основные компоненты. Маркетинговая информация.	2
2	Внешний маркетинговый аудит. Анализ макросреды компании.	Маркетинговая среда. PEST-анализ	2
3	Внешний маркетинговый аудит. Анализ мезосреды компании.	Решение кейсовых заданий. Особенности проведения маркетинговых исследований в Интернете.	4
4	Внутренний маркетинговый аудит.	Решение кейсовых заданий. Анализ ценовой политики компании.	4
5	Оценка связи сильных и слабых сторон компании с возможностями и угрозами внешней среды.	Анализ эффективности комплекса маркетинга в компании Составление SWOT-анализа.	2
6	Анализ результатов аудита и выбор направлений по совершенствованию маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании.	Результаты контрольной работы на тему: «Маркетинговый аудит на примере...»	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
-------	------	---------------------------	------

2	Внешний маркетинговый аудит. Анализ макросреды компании.	Маркетинговая среда. PEST-анализ	2
3	Внешний маркетинговый аудит. Анализ мезосреды компании.	Решение кейсовых заданий. Особенности проведения маркетинговых исследований в Интернете.	2
4	Внутренний маркетинговый аудит.	Решение кейсовых заданий.	2
5	Оценка связи сильных и слабых сторон компании с возможностями и угрозами внешней среды.	Анализ эффективности комплекса маркетинга в компании Составление SWOT-анализа.	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 контрольной работы (максимальная оценка 30 баллов), практических заданий и работ (максимальная оценка 20 баллов), реферата (максимальная оценка 10 баллов) и итогового контроля в форме *экзамена* (максимальная оценка 40 баллов).

8.1. Примерная тематика реферативно-аналитической работы.

1. Жизненный цикл товара – возможно ли раздвинуть временные рамки присутствия на рынке?
2. Взаимосвязь понятий «жизненный цикл продукта» и «конкурентоспособность продукта».
3. Страхование рисков в услугах: современные подходы.
4. Инновационные продукты как основа стратегической устойчивости компании.
5. Выбор ассортиментной политики фирмы.
6. Классификация товаров – подходы и значение.
7. Способы визуализации услуги – анализ конкретных примеров из различных областей развития сферы услуг (образование, здравоохранение, система общественного питания, туризм).
8. Соотношение «цена – качество» в товаре: современная ситуация.
9. Стабильность поставщиков продукции в деятельности крупных торговых сетей.
10. Ценовые войны: факторы возникновения и исторические примеры.
11. Обоснование нормативов рентабельности для повышения эффективности затратного ценообразования.
12. Использование теории игр при анализе конкурентоориентированного ценообразования.
13. Методы ценовых исследований спроса: достоинства и недостатки.
14. Опыт использования ценностного ценообразования в отечественных и зарубежных компаниях.
15. Пакетное ценообразование: экономическая эффективность и маркетинговые результаты.
16. Особенности тактического ценообразования по географическому принципу.
17. Теория перспектив и ее использование в практическом маркетинге.
18. Рациональность потребителей в маркетинге и экономической теории: сравнительный анализ.

19. Стимулирующее ценообразование (promotional pricing): понятие и инструменты.
20. Особенности потребностей на рынках товаров производственно-технического назначения.
21. Классификации потребностей человека. Теории мотивации.
22. Особенности покупательского поведения на промышленных рынках.
23. Модели покупательского поведения.
24. Покупательское поведение по отношению к инновациям.
25. Сравнительный анализ услуг компаний, специализирующихся на маркетинговых исследованиях (две-три компании).
26. Фокус-группы и их виды.
27. Полевые маркетинговые исследования и их особенности.
28. Выборка и ее роль при проведении маркетинговых исследований потребителя.
29. Основные ошибки при проведении маркетинговых исследований.
30. Маркетинговые исследования собственными силами (на примере компании малого бизнеса).

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 1 контрольная работа. Максимальная оценка за контрольную работу составляет 30 баллов.

Тема контрольной работы: «Маркетинговый аудит на примере компании /объект исследования/», объект исследования – компания, по данным которой проводится маркетинговый аудит. Компанию определяет студент и согласовывает с преподавателем.

Работа выполняется на компьютере (гарнитура Times New Roman, шрифт 14, междустрочный интервал – 1,5).

Поля документа: верхнее, нижнее – 2 см; правое – 3 см; левое – 1,5 см.

Отступ первой строки абзаца – 1,25 см.

Сноски – постраничные. Обязательно должна быть нумерация страниц. Нумерация страниц проставляется на каждой странице. Порядковый номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Нумерация страниц работы выполняется арабскими цифрами, шрифта Times New Roman, кегль – 10 пт.

Объем контрольной работы составляет не более 15 страниц (без учета титульного листа и списка литературы). Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что студент не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Примерная тематика практических заданий. Максимальная оценка – 5 баллов за каждое задание.

Задание 1.

Выберите методику прогнозирования объема сбыта по вашему товару. Составьте прогноз сбыта по вашему товару.

Задание 2.

Наблюдения над покупателями в супермаркете показали, что покупки часто совершаются не по заранее составленному перечню, а импульсивно — под влиянием обилия товаров. Большую роль играют внешний вид товара, его запах, цвет. Смоделируйте вид продукта, который, по вашему мнению, будет востребован при импульсивной покупке.

Задание 3.

Вы – руководитель крупного учебного центра. Опишите факторы, влияющие на маркетинговую стратегию вашего центра. Какие группы заинтересованы в деятельности вашего центра? Как повлияла на вашу стратегию среда, в которой вы функционируете и развиваетесь?

Задание 4.

Выберите российскую компанию и проведите PEST-анализ. Результаты представьте в виде слайдов.

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 вопрос – 20 баллов, вопрос 2 – 20 баллов.

Примерный перечень вопросов:

1. Сущность и задачи маркетингового аудита.
2. Основные принципы проведения аудита маркетинга.
3. Способы проведения маркетингового аудита.
4. Виды маркетинга.
5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности.
6. Инновационные виды маркетинга.
7. Этапы проведения маркетингового аудита.
8. Система маркетинговой информации, характеристика ее основных элементов.
9. Маркетинговое исследование: понятие, цели и задачи, этапы проведения. Выборочный метод сбора информации о рынке.
10. Внешний и внутренний маркетинговый аудит.
11. Внутренний маркетинговый аудит компании.
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. Экспресс-аудит маркетинга в компании.
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. Корректировка маркетинговых целей компании.
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.

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (7 семестр – *очная форма*), 9 семестр – *очно-заочная форма*).

Экзамен по дисциплине «*Маркетинговый аудит*» проводится в 7 семестре (очная форма обучения), 9 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:

<p>«Утверждаю» зав.каф. МиМ <i>(Должность, наименование кафедры)</i></p> <p>_____ Д.С. Лопаткин <i>(Подпись) (И. О. Фамилия)</i></p> <p>«__» _____ 2022г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра менеджмента и маркетинга</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг»</p>
	<p>Маркетинговый аудит</p>
<p>Билет №1</p> <p>1. Сущность и задачи маркетингового аудита. 2. Политика мерчендайзинга.</p>	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. Маркетинговые исследования: теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва: Издательство Юрайт, 2022. – 315 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3285-0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/478126>

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, 2022. – 396 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/484237>

Б. Дополнительная 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 // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/468736>

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:

47. Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде «<https://www.cossa.ru>

48. Электронный ресурс «Новости рекламы и маркетинга». // <https://adindex.ru>

49. <http://www.marketch.ru> сайт о маркетинге практикующего маркетинг-директора

50. <http://economicus.ru> Economicus.Ru: экономический портал. Проект Института «Экономическая школа»

51. <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека

52. 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:

- 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «*Маркетинговый аудит*» 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 37. Word 38. Excel 39. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит	19.05.2022

			проверок 15000	
--	--	--	-------------------	--

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Маркетинговый аудит как компонент маркетингового планирования.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы формирования стратегических целей компании; – принципы совершенствования маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании на основании результатов маркетингового аудита; – особенности и методы анализа маркетинговой информации. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в этапах информационного обеспечения маркетинговых процессов; – применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками бизнес-планирования создания и развития новых продуктов; 	<p>Оценка за практическую работу</p>
<p>Раздел 2. Внешний маркетинговый аудит. Анализ макросреды компании.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы формирования стратегических целей компании; – методы анализа внутренней и внешней среды маркетинга; – особенности и методы анализа маркетинговой информации. 	<p>Оценка за практическую работу</p>

	<p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в этапах информационного обеспечения маркетинговых процессов; – анализировать рыночную ситуацию и положение компании на рынке с помощью методов маркетингового анализа; – применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками бизнес-планирования создания и развития новых продуктов; – принципами использования информационных систем для решения маркетинговых задач; – методами анализа рынка, инструментами для стратегического и тактического планирования маркетинга. 	
<p>Раздел 3. Внешний маркетинговый аудит. Анализ мезосреды компании.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы формирования стратегических целей компании; – методы анализа внутренней и внешней среды маркетинга; – особенности и методы анализа маркетинговой информации. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в этапах информационного обеспечения маркетинговых процессов; – анализировать рыночную ситуацию и положение компании на рынке с помощью методов маркетингового анализа; 	<p>Оценка за практическую работу</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками бизнес-планирования создания и развития новых продуктов; – принципами использования информационных систем для решения маркетинговых задач; – методами анализа рынка, инструментами для стратегического и тактического планирования маркетинга. 	
<p>Раздел 4. Внутренний маркетинговый аудит.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы формирования стратегических целей компании; – методы анализа внутренней и внешней среды маркетинга; – особенности и методы анализа маркетинговой информации. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в этапах информационного обеспечения маркетинговых процессов; – анализировать рыночную ситуацию и положение компании на рынке с помощью методов маркетингового анализа; – применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками бизнес-планирования создания и развития новых продуктов; 	<p>Оценка за реферат</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – принципами использования информационных систем для решения маркетинговых задач; – методами анализа рынка, инструментами для стратегического и тактического планирования маркетинга. 	
<p>Раздел 5. Оценка связи сильных и слабых сторон компании с возможностями и угрозами внешней среды.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы формирования стратегических целей компании; – принципы совершенствования маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании на основании результатов маркетингового аудита; – особенности и методы анализа маркетинговой информации. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в этапах информационного обеспечения маркетинговых процессов; – анализировать рыночную ситуацию и положение компании на рынке с помощью методов маркетингового анализа; – применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками бизнес-планирования создания и развития новых продуктов; 	<p>Оценка за контрольную работу</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – принципами использования информационных систем для решения маркетинговых задач; – методами анализа рынка, инструментами для стратегического и тактического планирования маркетинга. 	
<p>Раздел 6. Анализ результатов аудита и выбор направлений по совершенствованию маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании.</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы формирования стратегических целей компании; – принципы совершенствования маркетинговой стратегии и комплекса маркетинга компании на основании результатов маркетингового аудита; – особенности и методы анализа маркетинговой информации. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в этапах информационного обеспечения маркетинговых процессов; – анализировать рыночную ситуацию и положение компании на рынке с помощью методов маркетингового анализа; – применять полученные знания на практике, в сфере управления рыночными процессами, их регулирования и исследования. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками бизнес-планирования создания и развития новых продуктов; – методами анализа рынка, инструментами для 	<p>Оценка за экзамен</p>

	стратегического и тактического планирования маркетинга.	
--	---	--

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
«Маркетинговый аудит»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в отраслях»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена профессором кафедры менеджмента и маркетинга
д.э.н., профессором Н.И. Гавриленко

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 в отраслях»** 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 отраслевой промышленности и сфер деятельности в условиях рынка, сформировать навыки проведения отраслевых маркетинговых исследований, способствовать развитию культуры управленческого мышления в проблемных ситуациях. Данный курс обеспечивает формирование фундаментальных основ знаний в области углубления знаний особенностей маркетинговой деятельности в различных отраслях и сферах деятельности и закладывает систему практических знаний и профессиональных навыков, которые необходимы студентам в будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины – углубить знания студентов по маркетингу:

- на рынке продукции производственно-технического назначения;
- в агропромышленном комплексе;
- в сфере услуг;
- в сфере образования;
- во внешнеэкономической деятельности;
- в туристическом бизнесе;
- в страховой деятельности;
- в сфере производства и реализации товаров народных промыслов;
- в гостиничном бизнесе;
- в политической сфере;
- в оптовой и розничной торговле;

– в книгоиздательстве.

Дисциплина «*Маркетинг в отраслях*» преподается в 8 (очная и очно-заочная форма обучения) 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
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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p>	<p>ПК-5. Способен внедрять и совершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты</p>	<p>ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей</p>	<p>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 №</p>
	<p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p>	<p>ПК-6. Способен проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг,</p>	<p>ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований</p> <p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций,</p>	

<p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и</p>	<p>интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда</p>	<p>формировать имидж организации и управлять брендами ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации</p>	<p>51030), уровень квалификации - 6. Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации</p>
--	---	--	---	--

<p>деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>	<p>информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>			<p>или административных регламентов организации. В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>
---	--	--	--	---

<p>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.</p>	<p>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)</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений</p>	<p>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</p>
---	--	--	---	---

				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	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования	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

<p>маркетинговых исследований</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>			<p>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)</p>
-----------------------------------	---	--	--	---

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- 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;
- анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности;
- 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.
- способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Объем дисциплины		
	ЗЕ	Акад. ч.	Астр.ч.
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции (Лек)	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-

Самостоятельная работа (СР):	3,11	112	84
Контактная самостоятельная работа	3,11	<i>0,4</i>	<i>0,3</i>
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		<i>111,6</i>	<i>83,7</i>
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	12	9
Лекции	0,45	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,22	4	3
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	96	72
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		95,8	71,85
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. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения	14	2	2	-	10
2.	Раздел 1. Маркетинг в агропромышленном комплексе	10	1		-	9
3.	Раздел 1. Маркетинг в сфере услуг	14	2	2	-	10
4.	Раздел 1. Особенности маркетинга в сфере образования	14	2	2	-	10
5.	Раздел 1. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности	10	1		-	9
6.	Раздел 1. Особенности маркетинга в туризме	10	1		-	9
7.	Раздел 1. Особенности маркетинга в страховой деятельности	10	1		-	9
8.	Раздел 1. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов	10	1		-	9
9.	<i>Раздел 1. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе</i>	14	1	4	-	9
10.	Раздел 1. Особенности маркетинга в политической сфере	10	1		-	9
11.	Раздел 1. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле	14	2	2	-	10
12.	Раздел 1. Особенности маркетинга в книгоиздательстве	14	1	4	-	9
	ИТОГО	108	16	16	-	112
	Экзамен	36				
	ИТОГО	144				

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Раздел 1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения	9	1		-	8
2.	Раздел 1. Маркетинг в агропромышленном комплексе	8,5	0,5		-	8
3.	Раздел 1. Маркетинг в сфере услуг	9	1		-	8
4.	Раздел 1. Особенности маркетинга в сфере образования	11	1	2	-	8
5.	Раздел 1. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности	8,5	0,5		-	8
6.	Раздел 1. Особенности маркетинга в туризме	8,5	0,5		-	8
7.	Раздел 1. Особенности маркетинга в страховой деятельности	8,5	0,5		-	8
8.	Раздел 1. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов	8,5	0,5		-	8
9.	<i>Раздел 1. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе</i>	8,5	0,5		-	8
10.	Раздел 1. Особенности маркетинга в политической сфере	8,5	0,5		-	8
11.	Раздел 1. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле	11	1	2	-	8
12.	Раздел 1. Особенности маркетинга в книгоиздательстве	8,5	0,5		-	8
	ИТОГО	108	8	4	-	96
	Экзамен					
	ИТОГО					

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Маркетинг в отраслях» 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. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения.

Предметы и средства труда. Средства производства. Рынок продукции производственно-технического назначения. Специфические особенности и принципы маркетинга продукции производственно-технического назначения.

Типы инноваций продукции производственно-технического назначения: инновации с предсказуемым риском; перенос инноваций с предсказуемым риском; улучшающие инновации; перенос прорывных инноваций; прорывные инновации. Приоритеты производства продукции производственно-технического назначения. Источники маркетинговой информации о рынке средств производства.

Маркетинг торгово-технологического оборудования. Классификация торговых операций на рынке торгово-технологического оборудования.

Тема 2. Маркетинг в агропромышленном комплексе

Агропромышленный комплекс Российской Федерации: сельское хозяйство, сфера ресурсов, сфера сервиса, маркетинговая сфера. Структура агробизнеса в Российской Федерации.

Маркетинговая деятельность в сельскохозяйственном производстве. Переплетение производственно - экономических процессов с природно-биологическими процессами.

Рынок продукции сельского хозяйства: маркетинговый аспект. Особенности рынков, функционирующих в сфере ресурсов агробизнеса.

Особенности маркетинга в отраслях: сельскохозяйственное машиностроение, производство химических средств защиты растений, удобрений, кормопроизводство.

Организация маркетинга в сфере ресурсов агробизнеса. Типы рынков внутри маркетинговой сферы.

Особенности спроса на рынках сельскохозяйственной продукции. Факторы, определяющие спрос на сельскохозяйственную продукцию. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве. "Ножницы цен".

Адаптация маркетинговых инструментов к особенностям функционирования рынков в агробизнесе.

Тема 3. Маркетинг в сфере услуг

Понятие услуг, их отличия от товаров. Характеристики услуг: неосвязаемость; неотделимость, неразрывность производства и потребления услуги; непостоянство качества; несохраняемость.

Классификация услуг: сущность, проблемы, подходы, критерии. Особенности сферы услуг (непроизводственной сферы) в России.

Классы услуг - основа сегментирования рынка услуг. Классификация услуг (Ловелок): на кого (на что) направлены услуги и осязаемы ли они.

Сегментирование рынка услуг по сегментам потребителей, трудоемкости, по степени контакта с потребителем и др. Подходы к сегментации услуг и основы позиционирования услуг на рынке.

Основные функции маркетинга услуг: изучение спроса на рынке услуг и его отдельных сегментах; изучение клиентов; изучение конкурентов; реклама; расширение сферы услуг, сервиса; разработка системы планирования в сфере услуг; определение эффективной ценовой политики; создание системы информационного обеспечения; разработка плана маркетинга и др.

Тема 4. Особенности маркетинга в сфере образования

Концепция маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП): сущность, субъекты, объекты, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг. Основные тенденции на рынке образовательных услуг и продуктов в РФ.

Коммерциализация в российском образовании. Антимаркетинговые стереотипы в сфере образования.

Маркетинговая среда и сегментация рынка образовательных услуг и продуктов. Макро- и микросреда субъектов рынка образовательных услуг и продуктов, и их влияние на конъюнктуру российского рынка образования.

Сегментация рынка ОУП: сущность, цели, виды, этапы. Сегментация и определение емкости рынка образовательных услуг и продуктов.

Позиционирование образовательных услуг и продуктов института: сущность, основания, проблемы.

Анализ ассортимента услуг университета. Маркетинг сопутствующих услуг и продуктов в образовании. Оценка конкурентоспособности и позиционирования услуг университета.

Ценообразование на рынке образовательных услуг и продуктов: сущность, стереотипы, основные подходы, традиции.

Коммуникации и продвижение образовательных услуг и продуктов на российском рынке образования: сущность, структура, направления, виды, проблемы финансирования и эффективности.

Маркетинговые стратегии университета: сущность, содержание, формирование вариантов, механизмы оценки и отбора оптимальной стратегии. Формирование и оптимизация маркетинговой стратегии института.

Тема 5. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности

Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание. Четыре сферы окружающей среды: экономическая, социально-культурная, политико-правовая и природная.

Международные маркетинговые исследования: сущность, цели, направления, объекты, этапы. Источники информации.

Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке. Алгоритм оценки уровня конкурентоспособности товара.

Маркетинговые стратегии выхода фирмы на внешний рынок. Способы организации международной деятельности: экспорт, совместное предприятие и прямое владение.

Маркетинговые стратегии рыночной деятельности фирмы на внешнем рынке.

Тема 6. Особенности маркетинга в туристском бизнесе

Международный туризм: история развития и современное состояние.

Виды туризма: этнический; культурный; исторический; экологический; рекреационный; деловой. Маркетинговое исследование рынка туристских услуг: цели, направления, методы, этапы. Методы сегментации рынка туристских услуг: Туристский продукт: сущность, структура, особенности. Особенности планирования, разработки, позиционирования, продвижения и распределения туристского продукта на рынке. Факторы, определяющие привлекательность туристского региона.

Основания и стратегии позиционирования туристского продукта. Основные стратегии репозиционирования туристского продукта.

Маркетинговые коммуникации в туристской деятельности: сущность, структура, средства, особенности и проблемы. Факторы, влияющие на выбор средств коммуникации.

Тема 7. Особенности маркетинга в страховой деятельности

Федеральный закон РФ «О страховании». Анализ страхового рынка России: проблемы становления и развития.

Основные принципы маркетинга в страховании. Классификация рынка страховых компаний: страховые продукты и клиенты (страхователи). Задачи маркетинга в сфере страхования.

Маркетинговая система страховой компании: сущность и основные элементы.

Организационные структуры службы маркетинга страховой компании. Задачи службы маркетинга страховой компании. Маркетинговый контроль - анализ, синтез, планирование, наблюдение и исполнение, контроль выполнения плана.

Программа и стратегии маркетинга страховой компании.

Тема 8. Особенности маркетинга в сфере производства и реализации товаров народных промыслов

Отличительные черты товаров народных промыслов (ТНП). Классификация ТНП: по видам; по материалу, из которого изготовлено изделие; по способу изготовления; по территории развития промыслов.

Понятие о рынке ТНП и его структуре. Рынок ТНП: потенциальный рынок, доступный, обслуживаемый, занятый, организованный, неорганизованный.

Этапы процесса позиционирования ТНП. Принципы и методы маркетинга на рынке ТНП. Специфика маркетинга на рынке ТНП.

Жизненный цикл ТНП на рынке. Факторы, влияющие на поведение покупателей на рынке ТНП: культурные, социальные, личностные, психологические. Стиль жизни покупателей ТНП.

Этапы процесса принятия решения о покупке ТНП.

Тема 9. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе

Отличия маркетинга в гостиничном хозяйстве от маркетинга товаров. Организация управления маркетингом в гостиничной сфере: сегментирование рынка, комплексное обслуживание клиентов и стимулирование сбыта.

Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг. Факторы, повышающие риск неопределенности в деятельности гостиниц.

Маркетинговое исследование рынка гостиничных услуг. Планирование бюджета. Размер дохода отеля от комнат на бюджетный год.

Особенности маркетингового планирования в гостиничном хозяйстве. Оценка собственного положения на рынке. Маркетинговый контроль.

Маркетинг - микс гостиничного сервиса. Составляющие элементы маркетинга - микс гостиничного сервиса.

Взаимодействие элементов маркетинга - микс в гостиничном бизнесе. Гостиничная реклама. Методы привлечения потенциальных гостей: реклама и прямые продажи. Сегментация рынка — это основа эффективной рекламы. Основные каналы рекламной информации в гостиничном бизнесе.

Тема 10. Особенности маркетинга в политической сфере

Маркетинговый подход в политической сфере: исследование политического рынка; политико-инженерная деятельность; управление политическим маркетингом.

Подготовка и проведение избирательной кампании: основные этапы.

Корректировка политической и экономической платформы общественно-политического движения (ОПД) или кандидата, с учетом выявленных особенностей поведения электората.

Планирование мероприятий по продвижению позитивного образа ОПД (кандидата) рекламными средствами.

Разработка программы продвижения позитивного образа ОПД (кандидата). Реализация стратегии позиционирования ОПД (кандидата). Организация и проведение контрпропагандистской кампании. Формирование имиджа политических деятелей.

Предвыборные исследования и существующие грязные выборные технологии.

Деятельность PR-агентств. Новый взгляд на исследование политического рейтинга.

Тема 11. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле

Классификация оптовой торговли. Виды оптовой торговли со склада. Задачи маркетинга оптовой торговли. Проведение маркетинговых исследований. Сегментирование рынка сбыта. Маркетинг закупок. Маркетинг-логистика. Маркетинговые решения сбыта. Организация мерчендайзинга. Разработка маркетинговых стратегий. Маркетинг-аудит системы сбыта.

Тенденции современного развития оптово-посреднической деятельности: стремление к диверсификации, углублению ассортимента.

Оценка конкурентной среды розничного торгового предприятия. Основные критерии выбора магазинов потребителем. Влияние факторов на выбор потребителем торгового предприятия.

Разработка стратегии позиционирования торгового предприятия. Собственная концепция торговли.

Ассортиментная политика предприятия розничной торговли: сущность, основные элементы, задачи, условия осуществления.

Сегментация рынка и выбор целевых рыночных сегментов. Изучение требований потребителей к товарам, упаковке, методам продажи, сервису, услугам.

Схема формирования конкурентоспособной ассортиментной модели предприятия торговли. Оценка работы торговых предприятий.

Тема 12. Особенности маркетинга в книгоиздательстве

Издательство (книжно-предпринимательская деятельность): сущность, основные черты. Структура деятельности издательства: основные элементы.

Книжный маркетинг: основные этапы. Книжные рынки: сущность, структура, виды, механизм книгораспространения, тенденции развития.

Классификация книг и каналов их распространения. Исследование книжного рынка: цели, направления, методы.

Коммуникационное поле потребителя. Печатная продукция: газеты, журналы, листовки, прайс-листы, реклама в книгах, закладки, проспекты, каталоги, тематические планы, плакаты, специальные периодические издания, календари, буклеты, объявления.

Особенности маркетинга книг в твердом переплете. Реклама и продвижение книг к читателю. Основные потребности читателя, оптового покупателя, госчиновника.

Система базовых мотивов покупателя.

Паблсити и ПР. Основные функции ПР на уровне издательства. Отношения со СМИ. Пресс-конференции, брифинги, презентации. Выставки, ярмарки, церемонии награждения и вручения литературных премий.

Система книжной торговли в России. Оптовая книжная торговля. Розничная торговля. Распределение учебников. Комплектование библиотек. Букинистическая торговля. Современные тенденции и новые направления развития книжного рынка в России.

5. СООТВЕТСТВИЕ СОДЕРЖАНИЯ ТРЕБОВАНИЯМ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Тема											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	Знать:												
1	– особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
2	– особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности;	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
3	– модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
4	– подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности;	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
5	– методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Уметь:												
6	– проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности;	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
7	– анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности;	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
8	– разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	Владеть:												
9	– инструментами маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности;	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

10	– 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;	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
11	– способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
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											
14	– 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-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
16	– 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	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

17	– 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	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
18	– 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	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения	Особенности маркетинга на рынке продукции производственно-технического назначения	2
2	Маркетинг в сфере услуг	Маркетинг в сфере услуг: состояние и тенденции развития	2
3	Особенности маркетинга в сфере образования	Маркетинг в сфере образования: современный аспект	4
4	Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе	Маркетинг в гостиничном бизнесе: сущность и проблемы	4
5	Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле	Маркетинг в торговле: направления совершенствования	2
6	Особенности маркетинга в книгоиздательстве	Маркетинг в книгоиздательстве: проблемы эффективности	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Маркетинг в сфере услуг	Маркетинг в сфере услуг: состояние и тенденции развития	2
2	Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле	Маркетинг в торговле: направления совершенствования	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 реферативно-аналитической работы (максимальная оценка 10 баллов), практического задания (максимальная оценка 15 баллов), подготовки докладов и эссе (максимальная оценка 5 баллов), выполнение 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. 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. Самомаркетинг.
21. Особенности маркетинга в сфере автомобильных перевозок.
22. Особенности маркетинга в часовой промышленности.
23. Особенности маркетинга в области производства косметических средств.
24. Особенности маркетинга в туристическом бизнесе.
25. Особенности маркетинга в сфере производства удобрений.
26. Особенности маркетинга в химической промышленности.
27. Особенности маркетинга в киноиндустрии.
28. Особенности маркетинга в сфере ритуальных услуг.
29. Особенности маркетинга в ветеринарии, животноводстве, цветоводстве.
30. Особенности маркетинга в отраслях связи.
31. Особенности маркетинга в отрасли (по выбору студента).

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено выполнение практического задания (максимальная оценка 10 баллов), подготовки докладов и эссе (максимальная оценка 5 баллов), выполнения контрольной работы (максимальная оценка 15 баллов).

Тема 1. Особенности маркетинга на рынке продукции производственно-технического назначения.

Подготовка доклада и эссе - максимальная оценка 5 баллов.

Тематика доклада, эссе.

1. Предметы и средства труда. Средства производства.
2. Рынок продукции производственно-технического назначения.

3. Специфические особенности и принципы маркетинга продукции производственно-технического назначения.

4. Типы инноваций продукции производственно-технического назначения: инновации с предсказуемым риском; перенос инноваций с предсказуемым риском; улучшающие инновации; перенос прорывных инноваций; прорывные инновации.

5. Приоритеты производства продукции производственно-технического назначения.

6. Источники маркетинговой информации о рынке средств производства.

Тема 3. Маркетинг в сфере услуг: состояние и тенденции развития

Подготовка доклада и эссе - максимальная оценка 5 баллов.

Тематика доклада, эссе.

1. Понятие услуг, их отличия от товаров.
2. Классификация услуг: сущность, проблемы, подходы, критерии.
3. Особенности сферы услуг (непроизводственной сферы) в России.
4. Классы услуг - основа сегментирования рынка услуг.
5. Тенденции развития сферы услуг в России.

Тема 4. Маркетинг в сфере образования: современный аспект

Практическое задание. Максимальная оценка 15 баллов.

Провести конкурентный анализ образовательных услуг и продуктов РХТУ им. Д.И. Менделеева;

Провести конкурентный анализ рынка образовательных услуг и продуктов России и места РХТУ им. Д.И. Менделеева;

Основные тенденции на рынке образовательных услуг и продуктов в РФ: современный аспект.

Анализ проблем коммерциализации в российском образовании.

Тема 9. Маркетинг в гостиничном бизнесе: сущность и проблемы

Подготовка доклада и эссе - максимальная оценка 5 баллов.

Тематика доклада, эссе.

1. Отличия маркетинга в гостиничном хозяйстве от маркетинга товаров.
2. Организация управления маркетингом в гостиничной сфере: сегментирование рынка, комплексное обслуживание клиентов и стимулирование сбыта.
3. Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг.
4. Факторы, повышающие риск неопределенности в деятельности гостиниц.
5. Маркетинг - микс гостиничного сервиса.

Тема 11. Маркетинг в торговле: направления совершенствования

Подготовка доклада и эссе - максимальная оценка 5 баллов.

Тематика доклада, эссе.

1. Классификация оптовой торговли.
2. Задачи маркетинга оптовой торговли.
3. Тенденции современного развития оптово-посреднической деятельности: стремление к диверсификации, углублению ассортимента.

4. Оценка конкурентной среды розничного торгового предприятия.
5. Основные критерии выбора магазинов потребителем.
6. Влияние факторов на выбор потребителем торгового предприятия.

Тема 12. Маркетинг в книгоиздательстве: проблемы эффективности

Контрольная работа в форме опроса. Максимальная оценка 15 баллов.

1. Основные тенденции на рынке образовательных услуг и продуктов в РФ.
2. Анализ ассортимента образовательных услуг и продуктов (и сопутствующих услуг и продуктов) РХТУ.
3. Рекомендации по продвижению образовательных услуг и продуктов РХТУ на российском рынке образования.
4. Алгоритм формирования и оптимизации маркетинговой стратегии РХТУ.
5. Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг в России и мире.
6. Маркетинговое исследование рынка гостиничных услуг в Москве.
7. Современные методы привлечения потенциальных гостей в гостиничном бизнесе.
8. Специфические особенности и принципы маркетинга продукции производственно-технического назначения.
9. Агропромышленный комплекс РФ: сельское хозяйство, сфера ресурсов, сфера сервиса, маркетинговая сфера.
10. Особенности маркетинга в отраслях: сельскохозяйственное машиностроение, производство химических средств защиты растений, удобрений, кормопроизводство.
11. Классификация услуг: сущность, проблемы, подходы, критерии.
12. Сегментирование рынка услуг: сущность и критерии.
13. Подходы к сегментации услуг и основы позиционирования услуг на рынке.
14. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание.
15. Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке.
16. Маркетинговые стратегии выхода фирмы на внешний рынок.
17. Формы товарных, ценовых и коммуникационных стратегий фирмы на мировых рынках.
18. Анализ страхового рынка России: проблемы становления и развития.
19. Программа и стратегии маркетинга страховой компании.
20. Отличительные черты товаров народных промыслов (ТНП).
21. Классификация ТНП: по видам; по материалу, из которого изготовлено изделие; по способу изготовления; по территории развития промыслов.
22. Тенденции и перспективы развития международного туризма в условиях экономического кризиса.
23. Виды туризма в России: современный аспект.
24. **Маркетинговый подход в политической сфере.**
25. **Подготовка и проведение избирательной кампании: основные этапы.**
26. **Планирование мероприятий по продвижению позитивного образа ОПД (кандидата) рекламными средствами.**
27. **Организация и проведение контрпропагандистской кампании.**
28. Цели и задачи маркетинга оптовой торговли.
29. Оценка конкурентной среды розничного торгового предприятия.
30. Основные критерии выбора магазинов потребителем.
31. Ассортиментная политика предприятия розничной торговли: сущность, основные элементы, задачи, условия осуществления.
32. Особенности маркетинга в книгоиздательстве.
33. Книжные рынки: сущность, структура, виды, механизм книгораспространения, тенденции развития.

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:

71. Содержание Концепция маркетинга образовательных услуг и продуктов (ОУП) РХТУ: сущность, субъекты, объекты, проблемы, возможности маркетинга образовательных услуг.
72. Основные тенденции на рынке образовательных услуг и продуктов в РФ.
73. Анализ ассортимента образовательных услуг и продуктов (и сопутствующих услуг и продуктов) РХТУ.
74. Рекомендации по продвижению образовательных услуг и продуктов РХТУ на российском рынке образования.
75. Алгоритм формирования и оптимизации маркетинговой стратегии РХТУ.
76. Организация маркетинговой деятельности в гостиничной сфере: сущность и проблемы.
77. Анализ конъюнктуры рынка гостиничных услуг в России и мире.
78. Маркетинговое исследование рынка гостиничных услуг в Москве.
79. Современные методы привлечения потенциальных гостей в гостиничном бизнесе.
80. Специфические особенности и принципы маркетинга продукции производственно-технического назначения.
81. Приоритеты производства продукции производственно-технического назначения.
82. Агропромышленный комплекс РФ: сельское хозяйство, сфера ресурсов, сфера сервиса, маркетинговая сфера.
83. Маркетинговая деятельность в сельскохозяйственном производстве.
84. Особенности маркетинга в отраслях: сельскохозяйственное машиностроение, производство химических средств защиты растений, удобрений, кормопроизводство.
85. Типы рынков внутри маркетинговой сферы агропромышленного комплекса РФ.
86. Особенности ценообразования в сельском хозяйстве. "Ножницы цен".
87. Классификация услуг: сущность, проблемы, подходы, критерии.
88. Сегментирование рынка услуг: сущность и критерии.
89. Подходы к сегментации услуг и основы позиционирования услуг на рынке.
90. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности: сущность, цели, особенности, структура и содержание.
91. Международные маркетинговые исследования: сущность, цели, направления, объекты, этапы.
92. Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на зарубежном рынке.
93. Маркетинговые стратегии выхода фирмы на внешний рынок.
94. Формы товарных, ценовых и коммуникационных стратегий фирмы на мировых рынках.
95. Анализ страхового рынка России: проблемы становления и развития.
96. Основные цели, задачи и принципы маркетинга в страховании.

97. Классификация рынка страховых компаний: страховые продукты и клиенты (страхователи).
98. Программа и стратегии маркетинга страховой компании.
99. Отличительные черты товаров народных промыслов (ТНП).
100. Классификация ТНП: по видам; по материалу, из которого изготовлено изделие; по способу изготовления; по территории развития промыслов.
101. Принципы, специфика и методы маркетинга на рынке ТНП.
102. Тенденции и перспективы развития международного туризма в условиях экономического кризиса.
103. Виды туризма в России: современный аспект.
104. Особенности планирования, разработки, позиционирования, продвижения и распределения туристского продукта на российском рынке в условиях девальвации рубля.
- 105. Маркетинговый подход в политической сфере.**
- 106. Подготовка и проведение избирательной кампании: основные этапы.**
- 107. Планирование мероприятий по продвижению позитивного образа ОПД (кандидата) рекламными средствами.**
- 108. Разработка программы продвижения позитивного образа ОПД (кандидата).**
- 109. Организация и проведение контрпропагандистской кампании.**
- 110. Формирование имиджа политических деятелей.**
- 111. Предвыборные исследования и существующие грязные выборные технологии.**
112. Цели и задачи маркетинга оптовой торговли.
113. Разработка маркетинговых стратегий в оптовой торговле.
114. Оценка конкурентной среды розничного торгового предприятия.
115. Основные критерии выбора магазинов потребителем.
116. Ассортиментная политика предприятия розничной торговли: сущность, основные элементы, задачи, условия осуществления.
117. Особенности маркетинга в книгоиздательстве.
118. Книжные рынки: сущность, структура, виды, механизм книгораспространения, тенденции развития.
119. Исследование книжного рынка: цели, направления, методы.
120. Современные тенденции и новые направления развития книжного рынка в России.

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

8.4. Структура и примеры билетов для экзамена (8 семестр)

Экзамен по дисциплине «Маркетинг в отраслях» 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*:

<p>«Утверждаю» зав. каф. МиМ <i>(Должность, наименование кафедры)</i></p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
---	--

_____ Д.С. <i>Лопаткин</i> (Подпись) (И. О. Фамилия) «__» _____ 2022г.	Кафедра менеджмента и маркетинга 38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг» Промышленный маркетинг
<p>Билет №11</p> <p>1. Основные цели, задачи и принципы маркетинга в страховании. 2. Разработка маркетинговых стратегий в оптовой торговле.</p>	

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, 2022. – 396 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/484237>

Б. Дополнительная литература

1. Гавриленко Н.И. Маркетинг: учебник для вузов / Н.И. Гавриленко. - 4-е изд., стереотип. - М.: Академия, 2017. - 192 с.

2. Гавриленко Н.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. пособие. - М.: РХТУ, 2014. - 172с.

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:

- 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>)
- <http://econom.nsc.ru/jep/> Виртуальная экономическая библиотека

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 отраслях*» 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 40. Word 41. Excel 42. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Маркетинг на рынке продукции производственно-технического назначения</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности; – особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности; – модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности; – анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности; – разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – инструментами маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности; – методологическими подходами и методами анализа состояния маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей 	<p>Оценка за подготовку доклада, эссе</p>

	<p>их решения с учетом особенностей отрасли и вида деятельности в условиях насыщенного рынка.</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности. 	
<p>Раздел 2. Маркетинг в сфере услуг</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности; – особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности; – модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности; – анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности; – разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p><i>Владеет:</i></p>	<p>Оценка за подготовку доклада, эссе</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – 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. – способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности. 	
<p>Раздел 3. Особенности маркетинга в сфере образования</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности; – особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности; – модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности; 	<p>Оценка за практическую работу</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности; – разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. – способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности. 	
<p>Раздел 4. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности; – особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности; – модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности. 	<p>Оценка за подготовку доклада, эссе</p> <p>Оценка за реферат</p>

	<p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности; – анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности; – разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. – способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности. 	
<p>Раздел 5. Особенности маркетинга в оптовой и розничной торговле</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности; – особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности; – модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности; 	<p>Оценка за подготовку доклада, эссе</p> <p>Оценка за реферат</p>

	<p>– методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности.</p> <p><i>Умеет:</i></p> <p>– проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности;</p> <p>– анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности;</p> <p>– разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– инструментами маркетинга в отдельных отраслях и сферах деятельности;</p> <p>– 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.</p> <p>– способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности.</p>	
<p>Раздел 6. Особенности маркетинга в книгоиздательстве</p>	<p><i>Знает:</i></p> <p>– особенности анализа рынка в отдельных отраслях и сферах деятельности;</p> <p>– особенности маркетинговой деятельности в отдельных отраслях и сферах деятельности;</p>	<p>Оценка за контрольную работу</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – модели поведения покупателей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – подходы к сегментации потребителей в отдельных отраслях и сферах деятельности; – - методы формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования в отдельных отраслях и сферах деятельности; – анализировать маркетинговую информацию в отдельных отраслях и сферах деятельности; – разрабатывать маркетинговую стратегию в отдельных отраслях и сферах деятельности. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. – способностью и готовностью к разработке новых методов исследования и их применению в самостоятельной научно-исследовательской деятельности в маркетинговой области с учетом специфики отрасли и вида предпринимательской деятельности. 	
--	---	--

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 отраслях»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Международный маркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена профессором кафедры менеджмента и маркетинга
д.э.н., профессором Н.И. Гавриленко

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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 (очная и очно-заочная форма обучения) 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
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,	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании Консалтинговые агентства	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

<p>финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p>	<p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований</p> <p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации</p>	<p>социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6.</p> <p>Обобщенная трудовая функция:</p> <p>В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>
--	---	---	---	---

<p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).</p>				
--	--	--	--	--

<p>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.</p>	<p>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)</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>ПК-7.2. Умеет управлять развитием организации, осуществлять анализ и разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений</p>	<p>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</p>
---	--	--	---	---

				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	Аналитические центры и консалтинговые агентства Информационно-аналитические подразделения российских и зарубежных компаний Учреждения науки и образования	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

<p>маркетинговых исследований</p>	<p>08 Финансы и экономика (в сфере исследования и анализа рынков продуктов, услуг и технологий, а также продвижения и организации продаж продуктов, услуг и технологий)</p>			<p>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)</p>
-----------------------------------	---	--	--	---

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

Виды учебной работы	Всего		
	Зач. ед.	Акад. час	Астр. час
Общая трудоемкость дисциплины	4	144	108
Контактная работа – аудиторные занятия:	0,89	32	24
Лекции (Лек)	0,45	16	12
Практические занятия (ПЗ)	0,44	16	12
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа (СР):	3,11	112	84
Контактная самостоятельная работа	3,11	0,4	0,3
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		111,6	83,7
Виды 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	12	9
Лекции	0,45	8	6
Практические занятия (ПЗ)	0,22	4	3
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
Самостоятельная работа	2,33	96	72
Контактная самостоятельная работа	2,33	0,2	0,15
Самостоятельное изучение разделов дисциплины		95,8	71,85
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	14	2	2	10
2.	Раздел 2. Экономическая среда международного маркетинга	10	1		9
3.	Раздел 3. Культурная среда и её роль в международном маркетинге	14	2	2	10
4.	Раздел 4. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности	14	2	2	10
5.	Раздел 5. Маркетинговые исследования зарубежных рынков	10	1		9
6.	Раздел 6. Способы взаимодействия с зарубежными партнёрами	10	1		9
7.	Раздел 7. Изучение зарубежного потребителя	10	1		9
8.	Раздел 8. Маркетинговые стратегии на международных рынках	10	1		9
9.	<i>Раздел 9. Товарная политика фирмы: международный аспект</i>	14	1	4	9
10.	Раздел 10. Ценовые стратегии фирм на международном рынке	10	1		9

11.	Раздел 11. Политика товародвижения и продаж на международном рынке	14	2	2	10
12.	Раздел 12. Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге	14	1	4	9
	ИТОГО	108	16	16	112
	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	9	1		8
2.	Раздел 2. Экономическая среда международного маркетинга	8,5	0,5		8
3.	Раздел 3. Культурная среда и её роль в международном маркетинге	9	1		8
4.	Раздел 4. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности	9	1		8
5.	Раздел 5. Маркетинговые исследования зарубежных рынков	8,5	0,5		8
6.	Раздел 6. Способы взаимодействия с зарубежными партнёрами	8,5	0,5		8
7.	Раздел 7. Изучение зарубежного потребителя	8,5	0,5		8
8.	Раздел 8. Маркетинговые стратегии на международных рынках	8,5	0,5		8
9.	<i>Раздел 9. Товарная политика фирмы: международный аспект</i>	10,5	0,5	2	8
10.	Раздел 10. Ценовые стратегии фирм на международном рынке	8,5	0,5		8
11.	Раздел 11. Политика товародвижения и продаж на международном рынке	11	1	2	8
12.	Раздел 12. Маркетинговые коммуникации в международном маркетинге	8,5	0,5		8
	ИТОГО		8	4	96

	Экзамен				
	ИТОГО	108			

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 прејскурантов, 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. Поток 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

№	В результате освоения дисциплины студент должен:	Раздел 1	Раздел 2	Раздел 3	Раздел 4	Раздел 5	Раздел 6	Раздел 7	Раздел 8	Раздел 9	Раздел 10	Раздел 11	Раздел 12
	Знать:												
1	– особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира;	+	+	+		+		+	+	+		+	+
2	– модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах;		+	+		+	+	+	+		+	+	+
3	– подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка.	+	+	+		+	+			+	+	+	+
	Уметь:												
6	– проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках;	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
7	– анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников;	+		+	+	+			+	+	+	+	+
8	– разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков.	+				+	+		+	+	+	+	+
	Владеть:												
10	– инструментами международного маркетинга;	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

11	– методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.													
В результате освоения дисциплины студент должен приобрести следующие <u>универсальные компетенции и индикаторы их достижения:</u>														
12	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК												
	– 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												

13	– ПК-5. Способен внедрять и усовершенствовать кросс-функциональные процессы и проекты	– ПК-5.5. Умеет формировать стратегию развития в целях достижения целевых показателей	+				+		+	+	+	+	+	+
14	– 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	+				+	+		+	+	+	+	+

	организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.	на разработку маркетинговой стратегии на основе современных методов и передовых научных достижений.												
16	– 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	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	4
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	2

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема	Темы практических занятий	Часы
1	Товарная политика фирмы: международный аспект	Управление товарной политикой фирмы на зарубежных рынках	2
2	Политика товародвижения и продаж на	Формирование эффективной системы сбыта на международных рынках	2

	международном рынке		
--	------------------------	--	--

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 5 баллов), выполнение 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

Для текущего контроля предусмотрено выполнение практического задания (максимальная оценка 10 баллов), подготовки докладов и эссе (максимальная оценка 5 баллов), выполнение контрольной работы (максимальная оценка 15 баллов).

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:

121. Предмет, цели и задачи курса. Основные категории международного маркетинга.

122. Сущность международного маркетинга и его роль в развитии предпринимательства.

123. Стадии перехода к международному маркетингу.

124. Этапы интернационализации фирмы.

125. Влияние интернационализации производства на формы организации и стиль поведения фирм на международных рынках.

126. Особенности создания и организации деятельности транснациональных компаний (ТНК).

127. Инновационный потенциал малых ТНК: современные модификации.

128. Тенденции развития и перспективы участия российских бизнес-структур в транснациональном бизнесе.

129. Факторы, действующие в международном маркетинге: контролируемые и неконтролируемые факторы.

130. Экономическая среда: классификация стран, отражающая их специфику и факторы конкурентоспособности.

131. Экономическая и политико-правовая среда международного маркетинга.
132. Виды торговых барьеров.
133. Иностранные инвестиции как основное условие развития международного бизнеса в России.
134. Специфика привлечения иностранных инвестиций: развернутая характеристика делового климата.
135. Культурная среда и ее роль в международном маркетинге.
136. Классификация культур: «Длина иерархической лестницы»; «Изображение состояния неопределенности»; «Индивидуализм»; «Маскулинизм».
137. Атрибуты культуры и их проявления в международном маркетинге и бизнесе.
138. Маркетинговые исследования и стратегии выхода на зарубежные рынки.
139. Экономическая конъюнктура: сущность, черты, особенности.
140. Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, функции, принципы, цели, задачи, объекты, методы, результаты.
141. Основные стадии исследования рынка.
142. Методы анализа потенциала фирмы, конкурентов, рынка, макросистемы.
143. Методы анализа оперативной деятельности фирмы: продукт-тест, тест цены, предварительный прогноз успеха (претест), контроль успеха (посттест).
144. Классификация товарных рынков в международном маркетинге.
145. Международные рынки: проблемы оценки и выбора.
146. Способы взаимодействия с зарубежными партнерами.
147. Формы и средства технологического обмена.
148. Объективные предпосылки развития системы франчайзинга в России.
149. Совместное предпринимательство – высшая форма международного бизнеса.
150. Совместное предпринимательство: характеристика и особенности.
151. Общее и различия между классификациями промышленной кооперации различных организаций ООН.
152. Виды, возможности и преимущества международной кооперации.
153. Международная классификация кооперационных связей.
154. Сущность, отличительные черты и виды толлинга.
155. Индивидуальный потребитель: проблемы мотивации в различных странах.
156. Особенности макро- и микросегментации зарубежного рынка: сущность, требования, подходы, принципы.
157. Стратегии позиционирования товара и фирмы на зарубежном рынке.
158. Маркетинговые стратегии на международных рынках.
159. Анализ конкурентоспособности фирмы на международном рынке.
160. Механизм ценовой войны. Варианты конкурентного поведения.
161. Партнерство на международном рынке. Согласование стратегий.
162. Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках.
163. Позиционирование товара на международном рынке: сущность, цели, критерии.
164. Ассортиментная политика фирмы на международном рынке: сущность, цели, задачи.
165. Управление ассортиментом продукции фирмы в различных странах: сущность и проблемы.
166. Стратегия разработки международного глобального продукта.
167. Особенности освоения зарубежного рынка новыми товарами отечественного производства.
168. Ценовые стратегии фирм на международном рынке.
169. Ценовая и неценовая конкуренция на международных рынках.
170. Особенности установления экспортных цен в международной торговле.

171. Разновидности цен в зависимости от коммерческих условий поставки в соответствии с международной системой «ИНКОТЕРМС».
172. Порядок расчета экспортной и импортной цены товара. Таможенные тарифы и платежи.
173. Основные методы и системы сбыта на международном рынке.
174. Планирование сбытовой политики фирмы на зарубежном рынке.
175. Стратегии охвата зарубежного рынка.
176. Лизинг как форма сбыта продукции на международном рынке.
177. Источники успеха в реализации товара на зарубежном рынке.
178. Структура и типы коммуникаций, особенности управления на международном рынке.
179. Связи с общественностью (*Public Relations* – PR) и другие формы коммуникаций: цель, сферы, направления и объекты действия PR.
180. 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:

<p>«Утверждаю» зав. каф. МиМ (Должность, наименование кафедры)</p> <p>_____ Д.С. Лопаткин (Подпись) (И. О. Фамилия)</p> <p>«__» _____ 2022г.</p>	<p>Министерство науки и высшего образования РФ</p>
	<p>Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева</p>
	<p>Кафедра менеджмента и маркетинга</p>
	<p>38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг»</p>
	<p>Промышленный маркетинг</p>
<p>Билет №8</p> <p>1. Маркетинговые исследования зарубежных рынков: сущность, функции, принципы, цели, задачи, объекты, методы, результаты.</p> <p>2. Сравнительный анализ товарных стратегий, используемых на международных рынках.</p>	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

2. Диденко Н.И., Скрипнюк Д.Ф. Международный маркетинг: Учебник для бакалавриата и магистратуры. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 409 с.

2. Воробьева И.В., Пецольд К., Сутырин С.Ф. Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 398 с.

Б. Дополнительная литература

3. Абаев А.Л., Алексунин В.А. Международный маркетинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 362 с.

4. Гавриленко Н.И. Маркетинг: учебник для вузов / Н.И. Гавриленко. - 4-е изд., стереотип. - М.: Академия, 2017. - 192 с.

5. 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 договора поставки	Количество лицензий	Срок окончания действия лицензии
1	WINDOWS 8.1 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: 43. Word 44. Excel 45. Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Развитие международного маркетинга в условиях санкций</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за подготовку доклада, эссе</p>
<p>Раздел 2. Учет влияния экономической и культурной среды в международном маркетинге</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; 	<p>Оценка за подготовку доклада, эссе</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Раздел 3. Особенности экономической конъюнктуры в условиях экономического кризиса и пандемии</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. 	<p>Оценка за практическую работу</p>

	<p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	
<p>Раздел 4. Управление товарной политикой фирмы на зарубежных рынках</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за подготовку доклада, эссе</p> <p>Оценка за реферат</p>
<p>Раздел 5. Формирование эффективной системы сбыта на</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности маркетинговой деятельности в отдельных регионах и странах мира; 	<p>Оценка за подготовку доклада, эссе</p>

<p>международных рынках</p>	<ul style="list-style-type: none"> – модели поведения покупателей в отдельных странах, регионах; – подходы к сегментации потребителей и способы мотивации покупателя в отдельных странах и сегментах рынка. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; – разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Оценка за реферат</p>
<p>Раздел 6. Новые коммуникационные технологии в международном маркетинге</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить специальные маркетинговые исследования на международных рынках; – анализировать маркетинговую информацию, получаемую от зарубежных источников; 	<p>Оценка за контрольную работу</p>

	<p>– разрабатывать маркетинговую стратегию, с учетом особенностей международных рынков.</p> <p><i>Владеет:</i></p> <p>– инструментами международного маркетинга;</p> <p>– методологическими подходами и методами анализа состояния международной маркетинговой деятельности, выявления проблем поиском путей их решения с учетом особенностей страны, региона и вида деятельности.</p>	
--	--	--

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
«Международный маркетинг»

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Нейромаркетинг»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: кандидатом экономических наук, доцентом, заведующим кафедрой менеджмента и маркетинга Д.С. Лопаткиным.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами, контроллинга и</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса</p>

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

<p>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.</p>	<p>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)</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения</p>	<p>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)</p>
Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
<p>Владение современными инструментами</p>	<p>Аналитические центры и</p>	<p>ПК-8. Способен практически использовать</p>	<p>ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга</p>	<p>Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым</p>

<p>комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p>	<p>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)</p>	<p>современные концепции управления маркетинговой деятельностью организации.</p>	<p>ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами</p>	<p>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)</p>
--	---	--	--	--

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:

- 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	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	Тема дисциплины	Академ. часов				
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Лаб. работы	Сам. работа
1.	Тема 1. Введение в нейромаркетинг и экономику впечатлений	11	2	4	-	5
2.	Тема 2. Теория перспектив. Поведенческие эффекты	20	4	6	-	10
3.	Тема 3. Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения	30	4	6	-	20
4.	Тема 4. Психология поведения потребителей	18	2	6		10
5.	Тема 5. Современные инструменты маркетинга	15	2	8		5
6.	Тема 6. Оборудование для проведения нейромаркетинговых исследований	14	2	2		10
	ИТОГО	108	16	32	-	60

Очно-заочная 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	11	2	-	-	9
2.	Тема 2. Теория перспектив. Поведенческие эффекты	20	4	2	-	14
3.	Тема 3. Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения	30	4	2	-	24
4.	Тема 4. Психология поведения потребителей	18	2	2		14
5.	Тема 5. Современные инструменты маркетинга	15	2	2		11
6.	Тема 6. Оборудование для проведения нейромаркетинговых исследований	14	2	-		12
	ИТОГО	108	16	8	-	84

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 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	– 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	– 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 профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:							
	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	Тема 1. Введение в нейромаркетинг и экономику впечатлений	Техника проведения ZMET-исследований Разбор кейсов. Нейромаркетинг в индустрии кино	4
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	6
3	Тема 3. Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения	Разбор Нейрокомикса Техника составления карт эмпатий Зоосоциальные потребности	6
4	Тема 4. Психология поведения потребителей	Техника проведения Recognition Study Теория поколений в маркетинге Разбор кейсов. Нейромаркетинг в UX/UI исследованиях	6
5	Тема 5. Современные инструменты маркетинга	Геймификация маркетинга Основные правила успешного сторителлинга Аромаркетинг Аудиальный маркетинг Квиз-маркетинг (техника построения опросов)	8
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 контрольные 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 – Условие: «РИСКА».
3. Поведенческие эффекты. Фактор 1 – Условие: «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 4P.
45. Какая существует связь с органами чувств человека и маркетингом?
46. Приведете примеры практического применения аромамаркетинга в бизнесе.
47. Что такое призма Хеннинга?
48. Приведете 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 №5		
Фрейминг – это...		
Выберите один из 4 вариантов ответа:		
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.
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, 2022. – 439 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3732-9. – Текст: электронный // ЭБС 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 // 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:

- 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 – 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Тема 1. Введение в нейромаркетинг и экономику впечатлений</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; – выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента; 	<p>Оценка за практическую работу</p>
<p>Тема 2. Теория перспектив. Поведенческие эффекты</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – психологические теории и методы психологического анализа в маркетинге; – основные типы ведущей мотивации покупателей при принятии ими решения о покупке. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; – выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента; – навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями. 	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольную работу в форме опроса</p>

<p>Тема 3. Аспекты нейробиологии и эндокринологии, касающиеся человеческого поведения</p>	<p><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> – навыками решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента;</p>	<p>Оценка за практическую работу</p>
<p>Тема 4. Психология поведения потребителей</p>	<p><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> – 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.</p>	<p>Оценка за практическую работу</p>

<p>Тема 5. Современные инструменты маркетинга</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; - выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. 	<p>Оценка за доклад</p> <p>Оценка за практическую работу</p>
<p>Тема 6. Оборудование для проведения нейромаркетинговых исследований</p>	<p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - применять психологические технологии в реализации маркетинговых стратегий; - выявлять особенности поведения различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками решения психотехнических задач маркетинга и бренд-менеджмента; 	<p>Оценка за контрольную работу в форме опроса</p> <p>Оценка за контрольный работу в форме теста</p>

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 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
«Нейромаркетинг»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Поведение потребителя»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена профессором кафедры менеджмента и маркетинга д.э.н., профессором Н.И. Гавриленко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга
«01» июня 2022 г., протокол № 7.

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 потребителя»** 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 потребителя»** 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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления проектами,</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p> <p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или</p>

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

<p>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.</p>	<p>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)</p>	<p>ПК- 7. Способен формировать предложения по совершенствованию товарной и ценовой политики организации на основе исследования рыночной конъюнктуры.</p>	<p>ПК-7.1. Знает механизм использования маркетинговых инструментов для освоения новых сегментов рынка продаж, успешного формирования ассортиментной политики, повышения и удовлетворения спроса населения</p>	<p>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)</p>
Информационно-аналитический тип задач профессиональной деятельности				
<p>Владение современными инструментами</p>	<p>Аналитические центры и консалтинговые агентства</p>	<p>ПК-8. Способен практически использовать современные</p>	<p>ПК-8.1. Знает основные результаты новейших исследований по проблемам маркетинга</p>	<p>Анализ требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам направления подготовки на рынке</p>

<p>комплекса маркетинга; Использование методов прогнозирования сбыта продукции и рынков; Разработка отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований</p>	<p>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)</p>	<p>концепции управления маркетинговой деятельностью организации.</p>	<p>ПК-8.3. Владеет информационными технологиями для прогнозирования и управления маркетинговыми процессами</p>	<p>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)</p>
--	--	--	--	---

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	2	4	-	5
2.	Раздел 2. Поведение потребителя: история вопроса, различные подходы, основные теории	20	4	6	-	10
3.	Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя	30	4	6	-	20
4.	Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке	18	2	6	-	10
5.	Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя	15	2	8	-	5
6.	Раздел 6. Основы эффективной торговли	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. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения	11	2	-	-	9
2.	Раздел 2. Поведение потребителя: история вопроса, различные подходы, основные теории	20	4	2	-	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	-	-	12
	ИТОГО	108	16	8	-	84

4.2 Содержание разделов дисциплины

«Поведение потребителя» 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 потребителя: 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 потребителя. 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 потребителя: 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 <i>профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:</i>							
	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.	4
2	Раздел 2. Поведение потребителя: история вопроса, различные подходы, основные теории	Теория потребительского поведения: виды, проблемы систематизации	6
3	Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя	Характеристика и мотивация потребителя	6
4	Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке	Особенности принятия решения о покупке потребителями России и зарубежных стран	6
5	Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя	Воздействие Интернет-рекламы на поведение потребителей	8
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 потребителя: основы эффективной торговли.

8.2. Примеры контрольных вопросов для текущего контроля освоения дисциплины

Для текущего контроля предусмотрено 3 контрольные 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 потребителя: 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), иррациональный 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, оральный, обонятельный, кожный, мышечный, хронопасты, 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 потребителя: 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 потребителя: 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, 2022. – 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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 потребителя»* 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none"> • Word • Excel • Power Point 	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10	8	бессрочная
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
<p>Раздел 1. Потребности: сущность, классификация, способы удовлетворения</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - сущность, классификацию, способы удовлетворения нужд и потребностей человека и общества; - основные модели покупательского поведения и процесс принятия решения о покупке; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; - навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями. 	<p>Оценка за практическую работу</p>
<p>Раздел 2. Поведение потребителя: история вопроса, различные подходы, основные теории</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение; - 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой 	<p>Оценка за практическую работу</p> <p>Оценка за контрольную работу в форме опроса</p>

	<p>деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; - навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями. 	
<p>Раздел 3. Характеристика и мотивация потребителя</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - основные сущностные характеристики потребителя и перечень факторов, влияющих на покупательское поведение; - 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; - навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями. 	<p>Оценка за практическую работу</p>

<p>Раздел 4. Модель поведения покупателя и процесс принятия решения о покупке</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; - навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями. 	<p>Оценка за практическую работу</p>
<p>Раздел 5. Современные методы управления поведением потребителя</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить исследования поведения потенциальных потребителей с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля в маркетинговой деятельности; - выявлять особенности поведения 	<p>Оценка за доклад</p> <p>Оценка за практическую работу</p>

	<p>различных групп потребителей для принятия управленческих решений в целях наиболее полного удовлетворения потребностей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать информацию в целях достижения поставленных целей в работе с потребителями. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; - навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями. 	
<p>Раздел 6. Основы эффективной торговли</p>	<p><i>Знает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Умеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p><i>Владеет:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - методами эффективной работы с потребителями товаров и услуг организации; 	<p>Оценка за контрольную работу в форме опроса</p> <p>Оценка за контрольную работу в форме теста</p>

	<p>- навыками в области организации успешного взаимодействия с клиентами и потребителями.</p>	
--	---	--

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 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
«Поведение потребителя»**

основной образовательной программы

38.03.02 Менеджмент

код и наименование направления подготовки (специальности)

«Маркетинг»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинговые исследования»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО
на заседании Методической комиссии
РХТУ им. Д.И. Менделеева
«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.Э. Бойко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для</p>	<p>Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании</p> <p>Консалтинговые агентства</p>	<p>ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации</p>	<p>ПК-1.1. Знает методологию проведения оценочных исследований</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p> <p>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.</p> <p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p>
			<p>ПК-1.3. Владеет навыками использования современных инструментов проведения оценочных исследований</p>	
	<p>Консалтинговые агентства</p> <p>Линейные процессы управления в организации</p> <p>Бизнес-процессы управления в организации</p> <p>08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления</p>	<p>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</p>	<p>ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований</p>	
			<p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.</p> <p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.</p>	

<p>осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы)</p>	<p>проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>			<p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>
---	--	--	--	---

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
в том числе в форме практической подготовки	-	-	-
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
в том числе в форме практической подготовки	-	-	-
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.	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.	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	22	2	1	19
6.	Тема 6. Анкетирование как классический способ сбора маркетинговой информации.	25	3	2	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 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	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.			+	+	+		
	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, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру рынка товар и услуг,	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		+	+			+

	интерпретировать полученные результаты и использовать их для продвижения бренда	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. 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	№ раздела 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 статистики, «готовых отчетов».	1
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.	2
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.

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. 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

Тема 1. 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. 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.

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?

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?

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?

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 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 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 САТІ - 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.

<p><i>«Утверждаю»</i> <i>зав. каф. МиМ</i> <i>(Должность, наименование</i> <i>кафедры)</i></p> <p>_____ <i>Д.С.</i> <i>Лопаткин</i> <i>(Подпись) (И. О. Фамилия)</i></p> <p>« » _____ 2022г.</p>	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг»
	Маркетинговые исследования
<p style="text-align: center;">Билет № _</p> <p>1. Характеристика основных способов расчета ёмкости рынка. Реальная и потенциальная ёмкость рынка, рыночный потенциал.</p> <p>2. Методика проведения, преимущества и недостатки и основные случаи применения hall и home-тестов.</p>	

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература

А. Основная литература

1. *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 // ЭБС Юрайт [сайт].
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, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468966> (дата обращения: 20.09.2022).

Б. Дополнительная литература

4. *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].
5. *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].
6. *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.
- 12. Вестник McKinsey – Россия;
- 13. Маркетинг в России и за рубежом;
- 14. Эксперт;
- 15. Секрет фирмы;
- 16. Forbes

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- 6 <http://www.fom.ru/>
- 7 <http://www.gks.ru> (Федеральная служба государственной статистики);

- 8 www.marketing.ru (сайт содержит различные аспекты маркетинговой деятельности в России и за рубежом);
- 9 www.rectech.ru (сайт включает информацию о рыночной сфере и проведении маркетинговых исследований);
- 10 www.sostav.ru (сайт содержит информацию о предпочтениях покупателей, проведенных маркетинговых исследованиях и конъюнктуре рынка);
- 11 www.marketingandresearch.ru (сайт посвящен маркетинговым исследованиям);
- 12 www.marketing.spb.ru (сайты по практической деятельности в сфере маркетингу);
- 13 <http://www.marketingpower.com> (Американская ассоциация маркетинга);
- 14 <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту;
- 15 <https://www.biblio-online.ru> – электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»;
- 16 <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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 Professional Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none">• Word• Excel• Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение	Государственный контракт № 143-	8	бессрочная

	(неисключительные права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	164ЭА/2010 от 14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10		
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

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	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований, <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять теоретические знания на практике, 	<p>Контрольные вопросы по разделу 1.</p> <p>Курсовая работа</p>
Тема 2. Виды и технологии проведения маркетинговых исследований	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований, – содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных, 	<p>Контрольные вопросы по разделу 2.</p> <p>Курсовая работа</p>
Тема 3. Исследования внешней среды маркетинга	<p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять теоретические знания на практике, – анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации, – основными инструментами анализа внешней среды маркетинга. 	<p>Контрольные вопросы по разделу 3.</p> <p>Курсовая работа</p>

<p>Тема 4. Кабинетные исследования</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований, – содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить кабинетные исследования, <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Контрольные вопросы по разделу 4. Курсовая работа</p>
<p>Тема 5. Полевые исследования</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – основные виды и технологии проведения маркетинговых исследований, <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять теоретические знания на практике, – анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации, – основными инструментами анализа внешней среды маркетинга. 	<p>Контрольные вопросы по разделу 5. Курсовая работа</p>
<p>Тема 6. Анкетирование как классический способ сбора маркетинговой информации.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методику формирования выборки под различные цели исследования, <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – проектировать содержание анкеты для различных маркетинговых задач и реализовать анкетирование, – анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методами сбора, анализа и интерпретации маркетинговой информации, 	<p>Контрольные вопросы по разделу 6. Практическое задание №1. Курсовая работа</p>

<p>Тема 7. Обработка и анализ результатов исследований</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – методику формирования выборки под различные цели исследования, – содержание всех этапов процесса маркетинговых исследований. <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – применять теоретические знания на практике, – проектировать содержание анкеты для различных маркетинговых задач и реализовать анкетирование, – анализировать, обобщать и интерпретировать полученные в ходе исследования данные. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных. 	<p>Контрольные вопросы по разделу 7. Практическое задание №1. Курсовая работа.</p>
--	---	--

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 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»

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»**

«УТВЕРЖДАЮ»

И.о. проректора по учебной работе

_____ С.Н. Филатов

«02» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Современные инструменты маркетинга»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(Код и наименование направления подготовки)

Профиль подготовки – «Маркетинг»

(Наименование профиля подготовки)

Квалификация «бакалавр»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

на заседании Методической комиссии

РХТУ им. Д.И. Менделеева

«23» июня 2022 г.

Председатель _____ Н.А. Макаров

Москва 2022

Программа составлена: ассистентом кафедры менеджмента и маркетинга А.Э. Бойко.

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Менеджмента и маркетинга

«01» июня 2022 г., протокол № 7

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:**

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				
<p>Разработка и реализации корпоративной и конкурентной стратегии организации, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой);</p> <p>Формирование организационной и управленческой структуры организаций;</p> <p>Организация работы исполнителей (команды исполнителей) для</p>	Сфера российского и международного бизнеса, частные и государственные компании	<p>ПК-1. Способен проводить анализ данных, оценивать адекватность источников информации</p>	<p>ПК-1.1. Знает методологию проведения оценочных исследований</p>	<p>07 Административно управленческая и офисная деятельность</p>
	Консалтинговые агентства	<p>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</p>	<p>ПК-1.3. Владеет навыками использования современных инструментов проведения оценочных исследований</p>	<p>07.007 Профессиональный стандарт «Специалист по процессному управлению», утверждённый приказом</p>
	Линейные процессы управления в организации	<p>ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований</p>	<p>ПК-6.1. Знает формы организации маркетинговой деятельности в компаниях и методологию маркетинговых исследований</p>	<p>Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 17 апреля 2018 г. № 248н (зарегистрирован</p>
	Бизнес-процессы управления в организации	<p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.</p>	<p>ПК-6.2. Умеет интегрировать различные средства продвижения товаров и услуг в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.</p>	<p>Министерством юстиции Российской Федерации 08 мая 2018 г., регистрационный № 51030), уровень квалификации - 6.</p>
08 Финансы и экономика (в сферах: управления рисками, управления		<p>ПК-6.3. Владеет навыками сбора и обработки необходимой маркетинговой информации.</p>	<p>Обобщенная трудовая функция: В. Проектирование и внедрение кросс-функциональных процессов организации или административных регламентов организации.</p>	

<p>осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;</p> <p>Контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;</p> <p>Мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;</p> <p>Участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы)</p>	<p>проектами, контроллинга и информационно-аналитической поддержки управленческих решений и консалтинга)</p>			<p>В/03.6. Разработка и усовершенствование кросс-функционального процесса организации или административного регламента организации.</p>
---	--	--	--	---

В результате изучения дисциплины студент бакалавриата должен:

Знать:

- современные инструменты маркетинга,
- методологию проведения маркетинговых исследований
- принципы обработки и анализа маркетинговой информации.

Уметь:

2. применять теоретические знания на практике,
3. обоснованно выбирать методы сбора данных
4. проектировать формы для сбора данных,
5. 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
в том числе в форме практической подготовки	-	-	-
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
в том числе в форме практической подготовки	-	-	-
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.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Цифровые инструменты маркетинга	26	8	2	16
2.	Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	34	8	4	22
3.	Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.	32	8	6	18
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	Тема дисциплины	Академ. часов			
		Всего	Лекции	Прак. зан.	Сам. работа
1.	Раздел 1. Цифровые инструменты маркетинга	26	4	1	21
2.	Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	34	4	2	28
3.	Раздел 3. Прикладные аспекты проведения маркетинговых исследований и анализ данных.	32	4	3	25
4.	Раздел 4. Методы анализа данных маркетинговых исследований.	32	4	2	26
	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. Тема 2. Управление маркетингом.

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.		+		+	
	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 данных маркетинговых исследований.	Организация сбора информации. Общие принципы проведения исследований поведения потребителей.	1
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 предусмотрено 2 практических работы. Максимальная оценка за практические работы - 20 баллов, по 10 баллов каждая. Максимальная оценка за курсовую работу оценивается в 40 баллов.

8.1. Примерная тематика курсовых работ.

В рамках освоения дисциплины «современные инструменты маркетинга» предусмотрено выполнение курсовой работы по следующим темам:

16. Маркетинговое исследование рынка онлайн-образования (в разных источниках можно искать в контексте термина «EdTech» - Educational technology, дословно, образовательные технологии);
17. Маркетинговое исследование рынка промышленной робототехники;
18. Маркетинговое исследование рынка промышленных IoT-решений (IIoT, Industrial Internet of Things Промышленный/Индустриальный Интернет Вещей);
19. Маркетинговое исследование рынка бытовых IoT-приборов;
20. Маркетинговое исследование рынка автомобилей с гибридным двигателем (в т.ч. электромобили);

21. Маркетинговое исследование рынка бытовой химии;
22. Маркетинговые исследования рынка азотных минеральных удобрений;
23. Маркетинговые исследования рынка калийных минеральных удобрений;
24. Маркетинговые исследования рынка фосфорных и комплексных минеральных удобрений;
25. Маркетинговые исследования рынка синтетического каучука и шин;
26. средств и парфюмерных товаров;
27. Маркетинговые исследования на рынке автопокрышек среди ведущих брендов;
28. Анализ рынка технологий и оборудования лесохимического производства;
29. Маркетинговые исследования рынка биологически активных добавок растительного происхождения;
30. 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.surveymonkey.com/ru/>

Изучают руководство «Типы вопросов» («звездная шкала», «разделение баллов», «семантический дифференциал», «вопрос на упорядочение», «текстовый ответ» и др.) <https://www.surveymonkey.com/ru/podderzhka/f43000209724>

Изучают руководство «Настройки опроса»: базовые настройки опроса и безопасность опроса <https://www.surveymonkey.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 паспорттичке,
- 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 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».

23. Сущность, цели, задачи и функции маркетинговых исследований.
24. Основные направления маркетинговых исследований: исследование рынка, исследование сбыта, исследование потребительских свойств товара, исследование рекламы, экономический анализ, мотивационный анализ.
25. Основные способы реализации маркетинговых исследований, их преимущества и недостатки.
26. Характеристика основных этапов планирования и проведения маркетингового исследования.
27. Классификация маркетинговых исследований, их краткая характеристика.
28. Первичные и вторичные источники маркетинговой информации, их достоинства и недостатки.
29. Понятие маркетинговой информационной системы (МИС). Характеристика основных подсистем в структуре МИС предприятия. Роль CRM-систем в МИС.
30. Внешняя среда как объект маркетинговых исследований. Виды маркетинговых сред.
31. PEST, STEP и PESTLE – анализ как основные инструменты изучения макросреды маркетинга.
32. Пятифакторная модель конкуренции М. Портера как инструмент анализа конкурентного окружения.
33. Бенчмаркинг как метод исследования конкурентной среды.
34. Формирование ассортиментной матрицы и ценовой мониторинг конкурентов.
35. Основные блоки информации, собираемые о конкурентах в рамках маркетингового исследования; группы показателей для осуществления сравнительного анализа конкурентов. Группы источников вторичной информации о конкурентах.
36. Характеристика основных способов расчета ёмкости рынка. Реальная и потенциальная ёмкость рынка, рыночный потенциал.
37. Методика проведения, преимущества и недостатки и основные случаи применения hall и home-тестов.

38. Преимущества и недостатки интернет-опроса. Функциональные возможности и особенности современных платформ для анкетирования Survio, Survey Monkey, Google Forms, и др.
39. Эффективность и целесообразность применения САТІ - Computer Assisted Telephone Interview для телефонных опросов.
40. Эксперимент как средство сбора данных для маркетингового исследования, примеры экспериментов.
41. Панельные исследования. Типы исследовательских панелей.
42. Релевантность маркетинговой информации. Характеристики релевантной
43. Сравнительные (шкалы парного сравнения, ранжированно-упорядоченные шкалы, шкалы с постоянной суммой) и несравнительные шкалы (шкала Лайкерта, семантическая дифференциальная шкала, шкала Степела). Примеры их реализации.
44. 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.

<p><i>«Утверждаю»</i> <i>зав. каф. МиМ</i> <i>(Должность, наименование</i> <i>кафедры)</i></p> <p><i>Д.С.</i></p> <p><i>Лопаткин</i> <i>(Подпись) (И. О. Фамилия)</i></p> <p>« » 2022г.</p>	Министерство науки и высшего образования РФ
	Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева
	Кафедра менеджмента и маркетинга
	38.03.02 Менеджмент Профиль – «Маркетинг»
	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 бакалавров / Д. В. Тюрин. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 342 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978–5–9916–2903–4. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].
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, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468966> (дата обращения: 20.09.2022).

Б. Дополнительная литература

4. *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].
5. *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].
6. *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.
- 17. Вестник McKinsey – Россия;
- 18. Маркетинг в России и за рубежом;
- 19. Эксперт;
- 20. Секрет фирмы;
- 21. Forbes

Ресурсы информационно–телекоммуникационной сети Интернет:

- 17 <http://www.fom.ru/>
- 18 <http://www.gks.ru> (Федеральная служба государственной статистики);

- 19 www.marketing.ru (сайт содержит различные аспекты маркетинговой деятельности в России и за рубежом);
- 20 www.rectech.ru (сайт включает информацию о рыночной сфере и проведении маркетинговых исследований);
- 21 www.sostav.ru (сайт содержит информацию о предпочтениях покупателей, проведенных маркетинговых исследованиях и конъюнктуре рынка);
- 22 www.marketingandresearch.ru (сайт посвящен маркетинговым исследованиям);
- 23 www.marketing.spb.ru (сайты по практической деятельности в сфере маркетингу);
- 24 <http://www.marketingpower.com> (Американская ассоциация маркетинга);
- 25 <http://www.ecsocman.edu.ru> – федеральный образовательный портал по экономике, социологии и менеджменту;
- 26 <https://www.biblio-online.ru> – электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»;
- 27 <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

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 01.01.2022 составляет 1 716 243 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 «*Современные инструменты маркетинга*» 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 Get Genuine	Контракт № 62-64ЭА/2013 от 02.12.2013	8 лицензий	бессрочно
2	Microsoft Office Professional Plus 2019 В составе: <ul style="list-style-type: none">• Word• Excel• Power Point	Контракт № 28-35ЭА/2020 от 26.05.2020	8 лицензий	12 месяцев (ежегодное продление подписки с правом перехода на обновлённую версию продукта)
3	Лицензия на программное обеспечение (неисключительные)	Государственный контракт № 143-164ЭА/2010от	8	бессрочная

	права на программу для ЭВМ) WinRAR, Архиватор	14.12.10, Акт № Tr048787, накладная № Tr048787 от 20.12.10		
4	Антиплагиат. ВУЗ	Контракт от 15.06.2022 № 42-62ЭА/2022	не ограничено, лимит проверок 15000	19.05.2022

12. ТРЕБОВАНИЯ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Наименование разделов	Основные показатели оценки	Формы и методы контроля и оценки
Раздел 1. Цифровые инструменты маркетинга	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – современные инструменты маркетинга, <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> 6. проектировать формы для сбора данных, 7. использовать методы анализа данных. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами сбора анализа и интерпретации маркетинговой информации. 	Контрольные вопросы по разделу 1
Раздел 2. Маркетинговые исследования в сети интернет.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы обработки и анализа маркетинговой информации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> 8. применять теоретические знания на практике, 9. обоснованно выбирать методы сбора данных <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – современные инструменты маркетинга, – методологию проведения маркетинговых исследований – принципы обработки и анализа маркетинговой информации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> 10. применять теоретические знания на практике, 11. проектировать формы для сбора данных, 12. использовать методы анализа данных. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами сбора анализа и интерпретации маркетинговой информации. 	Контрольные вопросы по разделу 3 Практическое задание №2 Курсовая работа

<p>Раздел 4. Методы анализа данных маркетинговых исследований.</p>	<p>Знать: – методологию проведения маркетинговых исследований</p> <p>Уметь: 13. применять теоретические знания на практике, 14. использовать методы анализа данных.</p> <p>Владеть: – навыками принятия маркетинговых решений на основе сведений, полученных в результате анализа маркетинговых данных</p>	<p>Контрольные вопросы по разделу 4 Практическое задание №1 Курсовая работа</p>
--	---	---

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 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»

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.