

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Частное учреждение высшего образования
«Высшая школа предпринимательства (институт)»
(ЧУВО «ВШП»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.22 «Менеджмент и маркетинг»

Направление подготовки: 09.03.02 Информационные системы и технологии

Направленность (профиль) программы бакалавриата
«Информационные системы в экономике»

ОДОБРЕНО

Ученым советом ЧУВО «ВШП»

Протокол заседания

№01-02/23 от 15 мая 2023 г.



Тверь, 2023

Рабочая программа учебной дисциплины **Б1.О.22 Менеджмент и маркетинг**, компонента основной профессиональной образовательной программы высшего образования — программы бакалавриата по направлению подготовки **09.03.02 Информационные системы и технологии** направленность (профиль) **«Информационные системы в экономике»**, направлена на обеспечение у обучающегося способности осуществлять профессиональную деятельность в соответствующей области и сферах профессиональной деятельности, в том числе на их практическую подготовку с учётом рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы Частном учреждении высшего образования **«Высшая школа предпринимательства (институт)»** (далее — **ЧУВО «ВШП»**).

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ И НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

Настоящая рабочая программа учебной дисциплины устанавливает требования к результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей и студентов направления подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии.

Программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО, утвержденного приказом Минобрнауки России от 19.09.2017 № 926 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриата по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии», основной профессиональной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии, направленность (профиль) Информационные системы в экономике.

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» является изучение основных теоретических положений и методов управления, формирование умений и привитие навыков практического применения теоретических знаний для решения профессиональных задач.

Для этого в рамках дисциплины решаются следующие задачи:

- исследование внутренних и внешних перемен организации;
- анализ подход к принятию управленческих решений;
- исследования процесса мотивации;
- анализ стилей лидерства и руководства и т.д.;
- развитие умений и навыков самостоятельного творческого подхода к разрешению, как хозяйственных проблем, так и проблем, возникающих в деятельности менеджера любого уровня.

- ознакомить учащихся с теоретическими положениями маркетинга и целями исследования рынков и рыночных процессов;

- привить навыки практической деятельности по сбору и обработке информации, проведению рыночных расчетов и формированию выводов, характеризующих состояние и развитие рыночной ситуации;

- выработать умение принимать обоснованные решения в постоянно меняющихся условиях, используя метод кейс и метод деловых игр;

- развить способность предвидения, воображения и интуиции;

- сформировать представление о современных проблемах рынка и путях их решения;

- развить навыки профессиональной деятельности, связанных с проведением анализа, описания и истолкования социально-экономических процессов в образовательной системе.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина является компонентом обязательной части Блока 1 основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии, направленность (профиль) — Информационные системы в экономике.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения: УК-2, УК-4, УК-5, ОПК-3.

Таблица 1. Результаты обучения

Код компетенции	Наименование компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
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 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели	<i>Знать:</i> Методы и инструменты анализа задач, постановки целей и планирования в области менеджмента и маркетинга. <i>Уметь:</i> Определять задачи, формулировать цели и приоритеты в области менеджмента и маркетинга. <i>Владеть:</i> Навыками постановки задач и планирования в области менеджмента и маркетинга.
		УК-2.2 Способен выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из правовых норм, ресурсов и ограничений	<i>Знать:</i> Основы права, ресурсного и ограничительного анализа в области менеджмента и маркетинга. <i>Уметь:</i> Выбирать и обосновывать оптимальные способы решения задач в области менеджмента и маркетинга. <i>Владеть:</i> Навыками принятия решений в условиях ограниченных ресурсов и правовых ограничений в области менеджмента и маркетинга.
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной форме на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)	<i>Знать:</i> Основы делового общения, речевые стратегии и тактики. <i>Уметь:</i> Вести переговоры, презентации и деловые беседы. <i>Владеть:</i> Навыками устной деловой коммуникации на нескольких языках.
		УК-4.2 Способен осуществлять деловую коммуникацию в письменной форме на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)	<i>Знать:</i> Правила деловой переписки, основные жанры и форматы документов в области менеджмента и маркетинга. <i>Уметь:</i> Составлять деловые письма, отчеты и другие документы в области менеджмента и маркетинга. <i>Владеть:</i> Навыками письменной деловой коммуникации на нескольких языках в области менеджмента и маркетинга.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие	УК-5.1 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в	<i>Знать:</i> Основные аспекты и характеристики культурного разнообразия в области менеджмента и маркетинга.

	общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	социально-историческом контексте	<p><i>Уметь:</i> Анализировать и оценивать социально-исторические контексты культур в области менеджмента и маркетинга.</p> <p><i>Владеть:</i> Навыками межкультурной коммуникации и анализа в области менеджмента и маркетинга.</p>
		<p>УК-5.2 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в этическом и философском контексте</p>	<p><i>Знать:</i> Основные этические и философские концепции, относящиеся к межкультурному разнообразию в области менеджмента и маркетинга.</p> <p><i>Уметь:</i> Оценивать и учитывать этические и философские аспекты в межкультурных взаимодействиях в области менеджмента и маркетинга.</p> <p><i>Владеть:</i> Навыками этической и философской рефлексии в межкультурной коммуникации в области менеджмента и маркетинга.</p>
ОПК-3	Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	<p>ОПК-3.1 Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>	<p><i>Знать:</i> Основы информационно-коммуникационных технологий, связанных с менеджментом и маркетингом.</p> <p><i>Уметь:</i> Применять ИКТ для решения стандартных профессиональных задач, связанных с менеджментом и маркетингом.</p> <p><i>Владеть:</i> Навыками использования ИКТ в профессиональной деятельности, связанной с менеджментом и маркетингом.</p>
		<p>ОПК-3.2 Способен учитывать основные требования информационной безопасности при решении профессиональных задач</p>	<p><i>Знать:</i> Основные принципы и требования информационной безопасности в области менеджмента и маркетинга.</p> <p><i>Уметь:</i> Применять меры по обеспечению информационной безопасности в области менеджмента и маркетинга.</p> <p><i>Владеть:</i> Навыками соблюдения информационной безопасности в профессиональной деятельности, связанной с менеджментом и маркетингом.</p>

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа, включая все формы контактной и самостоятельной работы обучающихся.

Объем дисциплины по учебному плану составляет – 4 зачётных единицы = 144 академических часа.

Контактная работа обучающегося (студенты) с научно-педагогическим работником организации (всего) - 48 академических часов,

в том числе:

Лекционные занятия (Лек.) - 20 академических часов,

Практические занятия (Пр.) - 26 академических часов,

Консультации (Конс.) - 2 академических часа.

Самостоятельная работа обучающегося (студента):

Самостоятельная работа (СР) - 60 академических час,

Текущий контроль успеваемости

и промежуточно-заочная аттестация обучающегося (студента):

Часы на контроль - 36 академических часов.

Таблица 2. Объём дисциплины

№ п/п	Раздел/тема дисциплины	Семестр/курс	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся (студентов), и трудоёмкость (в ак. часах)				Коды формируемых компетенций
			Виды учебных занятий по дисциплине			Самостоятельная работа	
			Лек.	Пр.	Консул		
1	Тема 1. Сущность управления в рыночной экономике	7 семестр/ 4 курс	2	4	-	8	УК-2.2, ОПК-3.2
2	Тема 2. Эволюция менеджмента	7 семестр/ 4 курс	4	4	-	8	УК-2.2, ОПК-3.1
3	Тема 3. Методология менеджмента	7 семестр/ 4 курс	2	4	-	8	УК-2.1
4	Тема 4. Социальные факторы и этика менеджмента	7 семестр/ 4 курс	2	2	-	8	УК-5.2
5	Тема 5. Управление маркетингом	7 семестр/ 4 курс	2	2	-	8	УК-5.1
6	Тема 6. Социально-экономические основы маркетинга	7 семестр/ 4 курс	2	2	-	8	УК-2.3, ОПК-3.2
7	Тема 7. Инструментарий и приемы маркетинга	7 семестр/ 4 курс	4	4	-	10	ОПК-3.1

8	Тема 8. Маркетинговые исследования	7 семестр/ 4 курс	2	4	2	10	УК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2
ИТОГО аудиторных часов/СР:		7 семестр/ 4 курс	48 ак. часов			60 ак. часа	-
Часы на контроль		7 семестр/ 4 курс	36 ак. час (форма промежуточной аттестации – экзамен – 7 семестр)				
ВСЕГО ак. часов:		7 семестр/ 4 курс	144 академических часа				

5.2. Тематическое содержание дисциплины

* количество академических часов и виды занятий представлены в таблице № 2.

Тема 1. Сущность управления в рыночной экономике

Содержание темы: Потребность и необходимость управления в деятельности человека. Понятие, сущность, цели, задачи, значение и технология менеджмента. Перспективы менеджмента: возможное и вероятное. Опыт менеджмента за рубежом, возможности и пути его использования в России.

Тема 2. Эволюция менеджмента

Содержание темы: Условия и предпосылки возникновения менеджмента. Этапы и школы менеджмента: Концепция научного управления Ф.У. Тейлора. Административный подход к управлению А. Файоля. Бихевиоризм в менеджменте. Э. Мэйо и Хоторнские эксперименты. Количественная школа управления. Развитие управления в России. Особенности современной российской экономики и российского менеджмента. Необходимость совершенствования организации управления в России. Особое значение антикризисного менеджмента.

Тема 3. Методология менеджмента

Содержание темы: Цели, задачи и система управления предприятием. Виды менеджмента. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности. Процессы управления: целеполагание и оценка ситуации. Ситуационный менеджмент.

Тема 4. Социальные факторы и этика менеджмента

Содержание темы: Роль бизнеса в обществе и социальная ответственность менеджеров. Культура и этика менеджмента. Этические нормативы. Стандарты этического поведения. Правовые основы менеджмента. Этика делового общения. Психология менеджмента.

Тема 5. Управление маркетингом

Содержание темы: Основные требования, предъявляемые для построения маркетинговой службы на предприятии. Принципы и функции, выполняемые маркетинговыми службами на предприятии. Построение маркетинговой службы по группам потребителей. Виды контроля деятельности маркетинговых служб.

Тема 6. Социально-экономические основы маркетинга

Содержание темы: Понятие и роль маркетинга в деятельности организации в современных условиях. Производственная концепция маркетинга. Сбытовая концепция маркетинга. Товарная концепция маркетинга. Потребительская концепция маркетинга.

Социально-этическая концепция маркетинга.

Тема 7. Инструментарий и приемы маркетинга

Содержание темы: Цели и задачи сегментации рынков Классификация товаров потребительского назначения. Классификация товаров производственно-технического назначения. Основные стратегии охвата рынка. Критерии сегментации рынков.

Тема 8. Маркетинговые исследования

Содержание темы: Цель, задачи и направления маркетинговых исследований. Методы проведения маркетинговых исследований. Этапы проведения маркетинговых исследований. Специфика проведения маркетинговых исследований в российских условиях. Разделы и содержание отчета о маркетинговом исследовании.

5.2.1 Содержание практических занятий

Таблица 3

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1	Тема 1. Сущность управления в рыночной экономике	1. Потребность и необходимость управления в деятельности человека. 2. Понятие, сущность, цели, задачи, значение и технология менеджмента.
2	Тема 2. Эволюция менеджмента	1. Условия и предпосылки возникновения менеджмента. 2. Этапы и школы менеджмента: Концепция научного управления Ф.У. Тейлора. 3. Административный подход к управлению А. Файоля. 4. Бихевиоризм в менеджменте. Э. Мэйо и Хоторнские эксперименты.
3	Тема 3. Методология менеджмента	1. Цели, задачи и система управления предприятием. 2. Виды менеджмента.
4	Тема 4. Социальные факторы и этика менеджмента	1. Роль бизнеса в обществе и социальная ответственность менеджеров. 2. Культура и этика менеджмента. 3. Этические нормативы.
5	Тема 5. Управление маркетингом	1. Основные требования, предъявляемые для построения маркетинговой службы на предприятии. 2. Принципы и функции, выполняемые маркетинговыми службами на предприятии.
6	Тема 6. Социально-экономические основы маркетинга	1. Понятие и роль маркетинга в деятельности организации в современных условиях. 2. Производственная концепция маркетинга.
7	Тема 7. Инструментарий и приемы маркетинга	1. Цели и задачи сегментации рынков. 2. Классификация товаров потребительского назначения.
8	Тема 8. Маркетинговые исследования	1. Цель, задачи и направления маркетинговых исследований. 2. Методы проведения маркетинговых исследований.

5.2.2 Содержание самостоятельной работы

Таблица 4

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
1	Тема 1. Сущность управления в рыночной экономике	1. Перспективы менеджмента: возможное и вероятное. 2. Опыт менеджмента за рубежом, возможности и пути его использования в России.	Ответы на практическом занятии, тест, реферат
2	Тема 2. Эволюция менеджмента	1. Количественная школа управления. 2. Развитие управления в России. 3. Особенности современной российской экономики и российского менеджмента. 4. Необходимость совершенствования организации управления в России.	Ответы на практическом занятии, тест, реферат

		5. Особое значение антикризисного менеджмента.	
3	Тема 3. Методология менеджмента	1. Общие и специальные функции менеджмента как вида деятельности. 2. Процессы управления: целеполагание и оценка ситуации. 3. Ситуационный менеджмент.	Ответы на практическом занятии, тест, реферат
4	Тема 4. Социальные факторы и этика менеджмента	1. Стандарты этичного поведения. 2. Правовые основы менеджмента. 3. Этика делового общения. 4. Психология менеджмента.	Ответы на практическом занятии, тест, реферат
5	Тема 5. Управление маркетингом	1. Построение маркетинговой службы по группам потребителей. 2. Виды контроля деятельности маркетинговых служб.	Ответы на практическом занятии, тест, реферат
6	Тема 6. Социально-экономические основы маркетинга	1. Сбытовая концепция маркетинга. 2. Товарная концепция маркетинга. 3. Потребительская концепция маркетинга. 4. Социально-этическая концепция маркетинга.	Ответы на практическом занятии, тест, реферат
7	Тема 7. Инструментарий и приемы маркетинга	1. Классификация товаров производственно-технического назначения. 2. Основные стратегии охвата рынка. 3. Критерии сегментации рынков.	Ответы на практическом занятии, тест, реферат
8	Тема 8. Маркетинговые исследования	1. Этапы проведения маркетинговых исследований. 2. Специфика проведения маркетинговых исследований в российских условиях. 3. Разделы и содержание отчета о маркетинговом исследовании.	Ответы на практическом занятии, тест, реферат

6. Оценочные материалы по дисциплине

Оценочные материалы находятся в документе «Оценочные материалы по дисциплине «Менеджмент и маркетинг».

7. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

А) Рекомендации обучающемуся (студенту) по работе с конспектом после лекции

Какими бы замечательными качествами в области методики ни обладал лектор, какое бы большое значение на занятиях ни уделял лекции слушатель, глубокое понимание материала достигается только путем самостоятельной работы над ним. Самостоятельную работу следует начинать с доработки конспекта, желательно в тот же день, пока время не стерло содержание лекции из памяти (через 10 часов после лекции в памяти остается не более 30-40 % материала). С целью доработки необходимо в первую очередь прочитать записи, восстановить текст в памяти, а также исправить описки, расшифровать не принятые ранее сокращения, заполнить пропущенные места, понять текст, вникнуть в его смысл. Далее прочитать материал по рекомендуемой литературе, разрешая в ходе чтения, возникшие ранее затруднения, вопросы, а также дополнения и исправляя свои записи. Записи должны быть наглядными, для чего следует применять различные способы выделений. В ходе доработки конспекта углубляются, расширяются и закрепляются знания, а также дополняется, исправляется и совершенствуется конспект. Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используется при подготовке к практическому занятию. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений и формул, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы, предложенные в конце лекции преподавателем или помещенные в рекомендуемой литературе. Примеры, задачи, вопросы по теме являются материалом самоконтроля. Непременным условием глубокого усвоения учебного материала является знание основ, на которых строится изложение материала. Обычно преподаватель напоминает, какой ранее изученный материал и в какой степени требуется подготовить к очередному занятию. Эта рекомендация, как и требование

систематической и серьезной работы над всем лекционным курсом, подлежит безусловному выполнению. Потери логической связи как внутри темы, так и между ними приводит к негативным последствиям: материал учебной дисциплины перестает основательно восприниматься, а творческий труд подменяется утомленным переписыванием. Обращение к ранее изученному материалу не только помогает восстановить в памяти известные положения, выводы, но и приводит разрозненные знания в систему, углубляет и расширяет их. Каждый возврат к старому материалу позволяет найти в нем что-то новое, переосмыслить его с иных позиций, определить для него наиболее подходящее место в уже имеющейся системе знаний. Неоднократное обращение к пройденному материалу является наиболее рациональной формой приобретения и закрепления знаний. Очень полезным, но, к сожалению, еще мало используемым в практике самостоятельной работы, является предварительное ознакомление с учебным материалом. Даже краткое, беглое знакомство с материалом очередной лекции дает многое. Обучающиеся (студенты) получают общее представление о её содержании и структуре, о главных и второстепенных вопросах, о терминах и определениях. Все это облегчает работу на лекции и делает ее целеустремленной.

Б) Рекомендации обучающемуся (студенту) по подготовке к занятиям семинарского типа

Обучающийся (студент) должен чётко уяснить, что именно с лекции начинается его подготовка к лабораторному/ практическому/ семинарскому/ методическому/ клиническому практическому занятию. Вместе с тем, лекция лишь организует мыслительную деятельность, но не обеспечивает глубину усвоения программного материала. При подготовке к такому виду занятий можно выделить 2 этапа:

1-й - организационный,

2-й - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе обучающийся (студент) планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку обучающегося (студента) к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы обучающийся (студент) должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к семинарскому занятию рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретается практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. В начале семинарского занятия обучающиеся (студента) под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные явления и факты. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для решения практических задач.

В) Рекомендации по самостоятельной работе обучающегося (студента) над изучаемым материалом

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности - лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

8. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

- а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточно-заочная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточно-заочная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточно-заочная аттестация проводится в устной форме.

Примечание:

а) Для обучающегося (бакалавра), осваивающего учебную дисциплину, обязательный компонент основной профессиональной образовательной программы высшего образования — программы бакалавриата по направлению подготовки **09.03.02 Информационные системы и технологии (направленность (профиль) «Информационные системы в экономике»), форма обучения — очно-заочная), одобренной на заседании Учёного совета образовательной организации, утверждённой ректором Частного образовательного учреждения высшего образования «Высшая школа предпринимательства», **по индивидуальному учебному плану (при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра)), Институт:****

- разрабатывает, согласовывает с участниками образовательных отношений и утверждает в установленном порядке согласно соответствующему локальному нормативному акту **индивидуальный учебный план** конкретного обучающегося (бакалавра) (*учебный план, обеспечивающий освоение конкретной основной образовательной программы высшего образования на основе индивидуализации её содержания с учётом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (бакалавра)*);

- устанавливает для конкретного обучающегося (бакалавра) по индивидуальному учебному плану **одинаковые дидактические единицы** — элементы содержания учебного материала, изложенного в виде утверждённой в установленном образовательной организацией порядке согласно соответствующему локальному нормативному акту рабочей программы учебной дисциплины, обязательного компонента разработанной и реализуемой Институтом основной профессиональной образовательной программы высшего образования — программы бакалавриата по направлению подготовки **09.03.02 Информационные системы и технологии** (направленность (профиль) «Информационные системы в экономике»), форма обучения — очно-заочная), как и для обучающегося (бакалавра), осваивающего основную образовательную

программу высшего образования в учебной группе;

- определяет в индивидуальном учебном плане конкретного обучающегося (бакалавра) **объём учебной дисциплины** с указанием количества академических часов/ ЗЕТ, выделенных на его контактную работу (групповую и (или) индивидуальную работу) с руководящими и (или) научно-педагогическими работниками, реализующими основную образовательную программу высшего образования;

- определяет в индивидуальном учебном плане конкретного обучающегося (бакалавра) количество академических часов/ ЗЕТ по учебной дисциплине, выделенных на его самостоятельную работу (*при необходимости*).

б) Для обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья и инвалида, осваивающего учебную дисциплину, обязательный компонент основной профессиональной образовательной программы высшего образования — программы бакалавриата по направлению подготовки **09.03.02 Информационные системы и технологии** (направленность (профиль) «Информационные системы в экономике»), форма обучения — очно-заочная), одобренной на заседании Учёного совета образовательной организации, утверждённой ректором Частного образовательного учреждения высшего образования «Высшая школа предпринимательства», (*при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий)*), **Институт:**

- разрабатывает, согласовывает с участниками образовательных отношений и утверждает в установленном порядке согласно соответствующему локальному нормативному акту **индивидуальный учебный план** конкретного обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья/ инвалида (*при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий)*) (учебный план, обеспечивающий освоение конкретной основной образовательной программы высшего образования на основе индивидуализации её содержания с учётом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (бакалавра));

- устанавливает для конкретного обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья содержание образования (**одинаковые дидактические единицы** — элементы содержания учебного материала, как и для обучающего (бакалавра), осваивающего основную образовательную программу высшего образования в учебной группе) и условия организации обучения, изложенного в виде утверждённой в установленном Институте порядке согласно соответствующему локальному нормативному акту рабочей программы учебной дисциплины, обязательного компонента разработанной и реализуемой им адаптированной основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы бакалавриата по направлению подготовки **09.03.02 Информационные системы и технологии** (направленность (профиль) «Информационные системы в экономике»), форма обучения — очно-заочная), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (для конкретного обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья/ инвалида (*при наличии факта зачисления в образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий)*);

- определяет в индивидуальном учебном плане конкретного обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья/ инвалида (*при наличии факта зачисления такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий)*) **объём учебной дисциплины** с указанием количества академических часов/ ЗЕТ, выделенных на его контактную работу (групповую и (или) индивидуальную работу) с руководящими и (или) научно-педагогическими работниками, реализующими основную образовательную программу высшего образования;

- определяет в индивидуальном учебном плане конкретного обучающегося (бакалавра) с ограниченными возможностями здоровья/ инвалида (*при наличии факта зачисления в*

образовательную организацию такого обучающегося (бакалавра) с учётом конкретной (конкретных) нозологии (нозологий)) количество академических часов/ ЗЕТ по учебной дисциплине, выделенных на его самостоятельную работу (при необходимости).

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Беляев В.И., Маркетинг (с практикумом) [Электронный ресурс] : учебник / В.И. Беляев, М.М. Бутакова, О.Н. Пяткова, ; под ред. В.И. Беляева. - М. : КноРус, 2023. - 659 с. - ISBN 978-5-406-11778-1. - Режим доступа: <https://book.ru/book/949669>

2. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / А.В. Трачук, К.В. Саяпина, О.В. Астафьева [и др.] ; под ред. А.В. Трачука, К.В. Саяпиной. - М. : КноРус, 2023. - 493 с. - ISBN 978-5-406-11115-4. - Режим доступа: <https://book.ru/book/947541>

3. Рябков О.А., Сравнительный маркетинг-менеджмент [Электронный ресурс] : монография / О.А. Рябков. - М. : Русайнс, 2020. - 134 с. - ISBN 978-5-4365-1497-0. - Режим доступа: <https://book.ru/book/934801>

Дополнительная литература:

1. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум [Электронный ресурс] : учебное пособие / Д.И. Хлебович, В.Ю. Баганов, О.Н. Баева [и др.]. - М. : КноРус, 2022. - 422 с. - ISBN 978-5-406-08975-0. - Режим доступа: <https://book.ru/book/941793>

2. Захарова И.В., Маркетинг в вопросах и решениях [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.В. Захарова, Т.В. Евстигнеева. - М. : КноРус, 2021. - 300 с. - ISBN 978-5-406-01944-3. - Режим доступа: <https://book.ru/book/940042>

3. Менеджмент [Электронный ресурс] : учебник / А.Г. Бездудная, Н.С. Зинчик, О.В. Кадырова [и др.] ; под ред. А.Г. Бездудной. - М. : КноРус, 2023. - 254 с. - ISBN 978-5-406-10873-4. - Режим доступа: <https://book.ru/book/947401>

9.2 Используемое программное обеспечение (комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства в соответствии с п.4.3.2. ФГОС ВО 09.03.02):

1. Microsoft Windows 11 Pro или аналогичная ОС, включая дистрибутивы Linux, например Debian, Ubuntu, OpenSuse, в том числе отечественного производства, например ОС Astra Linux Common Edition (Разработчик: АО «НПО РусБИТех»), ОС «РОСА» (Разработчик: «НТЦ ИТ РОСА»).

2. Microsoft Office 365 или аналогичный офисный пакет, например OpenOffice, LibreOffice, ONLYOFFICE, в том числе отечественного производства, например МойОфис (Разработчик: ООО «НОВЫЕ ОБЛАЧНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»).

3. Adobe Reader или аналогичный просмотрщик PDF, например Okular, Foxit Reader, в том числе отечественного производства, например Окуляр ГОСТ (Разработчик: ООО «Лаборатория 50»).

4. Google Chrome или аналогичный веб-браузер, например Microsoft Edge, Mozilla Firefox, в том числе отечественного производства, например Яндекс.Браузер (Разработчик: ООО «ЯНДЕКС»).

9.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) (в соответствии с п.4.3.4. ФГОС ВО 09.03.02)

1. Электронно-библиотечная система BOOK.RU [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://book.ru/>

9.4 Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы (в соответствии с п.4.3.4. ФГОС ВО 09.03.02)

1. КонсультантПлюс: справочно-поисковая система [Электронный ресурс]. - <http://www.consultant.ru>
2. Мировая цифровая библиотека: <http://wdl.org/ru>
3. Научная электронная библиотека «Scopus»: <https://www.scopus.com>
4. Научная электронная библиотека ScienceDirect: <http://www.sciencedirect.com>
5. Научная электронная библиотека «eLIBRARY»: <https://elibrary.ru>
6. Портал «Гуманитарное образование» <http://www.humanities.edu.ru>
7. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
8. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru>
9. Поисковые системы Yandex, Rambler и др.
10. Электронная библиотека Российской Государственной Библиотеки (РГБ): <http://elibrary.rsl.ru>
11. Электронно-библиотечная система <http://www.sciteclibrary.ru>

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

<p>Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения</p>	<p>Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)</p>
<p>Специализированная многофункциональная учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе, для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Столы для обучающихся; - Стулья для обучающихся; - Стол педагогического работника; - Стул педагогического работника; - Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; - Маркерная или меловая доска; - Проектор. 	<p>170001, Россия, город Тверь, улица Спартак, дом 26а</p>
<p>Специализированная многофункциональная учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе, для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</p>	<p>170001, Россия, город Тверь, улица Спартак, дом 26а</p>

<p>занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, в том числе, для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Столы для обучающихся; - Стулья для обучающихся; - Стол педагогического работника; - Стул педагогического работника; - Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; - Маркерная или меловая доска; - Проектор. 	
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся с перечнем основного оборудования:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Столы для обучающихся; - Стулья для обучающихся; - Стол педагогического работника; - Стул педагогического работника; - Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; - Маркерная или меловая доска; - Проектор. 	<p>170001, Россия, город Тверь, улица Спартака, дом 26а</p>
<p>Помещение для самостоятельной и групповой работы обучающихся с перечнем основного оборудования:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Столы для обучающихся; - Стулья для обучающихся; - Стол педагогического работника; - Стул педагогического работника; - Компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду лицензиата; - Маркерная или меловая доска; - Проектор. 	<p>170001, Россия, город Тверь, улица Спартака, дом 26а</p>

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**



**Частное учреждение высшего образования
«Высшая школа предпринимательства (институт)»
(ЧУВО «ВШП»)**

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине
Б1.О.22 «Менеджмент и маркетинг»**

**Направление подготовки: 09.03.02 Информационные системы и технологии
Направленность (профиль) программы бакалавриата
«Информационные системы в экономике»**

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РАМКАХ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения: УК-2, УК-4, УК-5, ОПК-3.

Код компетенции	Наименование компетенции	Индекс и наименование индикатора содержания компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
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 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели	<i>Знать:</i> Методы и инструменты анализа задач, постановки целей и планирования в области менеджмента и маркетинга. <i>Уметь:</i> Определять задачи, формулировать цели и приоритеты в области менеджмента и маркетинга. <i>Владеть:</i> Навыками постановки задач и планирования в области менеджмента и маркетинга.
		УК-2.2 Способен выбирать оптимальные способы решения задач, исходя из правовых норм, ресурсов и ограничений	<i>Знать:</i> Основы права, ресурсного и ограничительного анализа в области менеджмента и маркетинга. <i>Уметь:</i> Выбирать и обосновывать оптимальные способы решения задач в области менеджмента и маркетинга. <i>Владеть:</i> Навыками принятия решений в условиях ограниченных ресурсов и правовых ограничений в области менеджмента и маркетинга.
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной форме на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)	<i>Знать:</i> Основы делового общения, речевые стратегии и тактики. <i>Уметь:</i> Вести переговоры, презентации и деловые беседы. <i>Владеть:</i> Навыками устной деловой коммуникации на нескольких языках.
		УК-4.2 Способен осуществлять деловую коммуникацию в письменной форме на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)	<i>Знать:</i> Правила деловой переписки, основные жанры и форматы документов в области менеджмента и маркетинга. <i>Уметь:</i> Составлять деловые письма, отчеты и другие документы в области менеджмента и маркетинга.

			<i>Владеть:</i> Навыками письменной деловой коммуникации на нескольких языках в области менеджмента и маркетинга.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом контексте	<i>Знать:</i> Основные аспекты и характеристики культурного разнообразия в области менеджмента и маркетинга. <i>Уметь:</i> Анализировать и оценивать социально-исторические контексты культур в области менеджмента и маркетинга. <i>Владеть:</i> Навыками межкультурной коммуникации и анализа в области менеджмента и маркетинга.
		УК-5.2 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в этическом и философском контексте	<i>Знать:</i> Основные этические и философские концепции, относящиеся к межкультурному разнообразию в области менеджмента и маркетинга. <i>Уметь:</i> Оценивать и учитывать этические и философские аспекты в межкультурных взаимодействиях в области менеджмента и маркетинга. <i>Владеть:</i> Навыками этической и философской рефлексии в межкультурной коммуникации в области менеджмента и маркетинга.
ОПК-3	Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	ОПК-3.1 Способен решать стандартные задачи профессиональной деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий	<i>Знать:</i> Основы информационно-коммуникационных технологий, связанных с менеджментом и маркетингом. <i>Уметь:</i> Применять ИКТ для решения стандартных профессиональных задач, связанных с менеджментом и маркетингом. <i>Владеть:</i> Навыками использования ИКТ в профессиональной деятельности, связанной с менеджментом и маркетингом.
		ОПК-3.2 Способен учитывать основные требования информационной безопасности при решении	<i>Знать:</i> Основные принципы и требования информационной безопасности в области менеджмента и маркетинга.

		профессиональных задач	<p><i>Уметь:</i> Применять меры по обеспечению информационной безопасности в области менеджмента и маркетинга.</p> <p><i>Владеть:</i> Навыками соблюдения информационной безопасности в профессиональной деятельности, связанной с менеджментом и маркетингом.</p>
--	--	------------------------	--

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

(признак, на основании которого, проводится оценка по выбранному показателю)

Показатель оценивания компетенций	Результат обучения	Критерии оценивания компетенций
Высокий уровень (отлично)	Знать	Обучающийся продемонстрировал: глубокие исчерпывающие знания и понимание учебного материала; содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы, включая дополнительные; свободное владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины.
	Уметь	Обучающийся продемонстрировал: понимание учебного материала; умение свободно решать практические задания (ситуационные задачи), которые следует выполнить или описание результата, который нужно получить и др.; логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы (решения) на все поставленные задания (вопросы), включая дополнительные; свободное владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины.
	Владеть	Обучающийся продемонстрировал: понимание учебного материала; умение свободно решать комплексные практические задания (решения задач по нестандартным ситуациям); логически последовательные, полные, правильные и конкретные ответы в ходе защиты задания, включая дополнительные уточняющие вопросы (задания); свободное владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины.
Средний уровень (хорошо)	Знать	Обучающийся продемонстрировал: твердые и достаточно полные знания учебного материала; правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам; достаточное владение литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины
	Уметь	Обучающийся продемонстрировал: понимание учебного материала; логически последовательные, правильные и конкретные ответы (решения) на основные задания (вопросы), включая дополнительные; устранение замечаний по отдельным элементам задания (вопроса); владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины
	Владеть	Обучающийся продемонстрировал: понимание учебного материала; продемонстрировал логически последовательные, достаточно полные, правильные ответы, включая дополнительные; самостоятельно устранил замечания по отдельным элементам задания (вопроса); владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины

		программой дисциплины
Достаточный уровень (удовлетворительно)	Знать	Обучающийся продемонстрировал: твердые знания и понимание основного учебного материала; правильные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах преподавателя; недостаточно полное владение литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины
	Уметь	Обучающийся продемонстрировал: понимание основного учебного материала; правильные, без грубых ошибок, ответы (решения) на основные задания (вопросы), включая дополнительные, устранение, при наводящих вопросах преподавателя, замечаний по отдельным элементам задания (вопроса); недостаточно полное владение литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины
	Владеть	Обучающийся понимание основного учебного материала; без грубых ошибок дал ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и ошибок в решениях в ходе защиты задания (проекта, портфолио) при наводящих вопросах преподавателя; недостаточно полное владение литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

При проведении промежуточной аттестации в ЧУВО «ВШП» используются традиционные формы аттестации:

Форма промежуточной аттестации	Шкала оценивания
ЗАЧЕТ	«зачтено», «незачтено»
ЭКЗАМЕН	«отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

КРИТЕРИИ И ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

Для оценивания результатов обучения в виде **ЗНАНИЙ** используются следующие процедуры и технологии:

- тестирование.

Для оценивания результатов обучения в виде **УМЕНИЙ и ВЛАДЕНИЙ** используются следующие процедуры и технологии:

- устный или письменный ответ на вопрос.
- практические задания, включающие одну или несколько задач (вопросов) в виде краткой формулировки действий (комплекса действий), которые следует выполнить, или описать результат, который нужно получить.

Критерии оценивания результата обучения по дисциплине (модулю)

Результат обучения по дисциплине (модулю)	ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ				Процедуры оценивания
	«отлично»	«хорошо»	«удовлетворительно»	«неудовлетворительно»	
УК-2, УК-4, УК-5, ОПК-3 Знать:	Обучаемый продемонстрировал: ал: глубокие исчерпывающие знания и понимание учебного материала; содержательные,	Обучаемый продемонстрировал: ал: твердые и достаточно полные знания учебного материала; правильное понимание	Обучаемый продемонстрировал: твердые знания и понимание основного учебного материала; правильные, без грубых ошибок, ответы на	Обучаемый продемонстрировал: неправильные ответы на основные вопросы; грубые ошибки в ответах; непонимание сущности излагаемых вопросов; неуверенные и	Тестовые задания

	полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы, включая дополнительные; свободное владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины.	сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам; достаточное владение литературой.	поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах преподавателя; недостаточно полное владение литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины.	неточные ответы на дополнительные вопросы; не владеет основной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины.	
<u>УК-2,</u> <u>УК-4,</u> <u>УК-5,</u> <u>ОПК-3</u> <u>Уметь:</u>	Обучаемый продемонстрировал: понимание учебного материала, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все поставленные вопросы, включая дополнительные; свободное владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины	Обучаемый продемонстрировал: понимание учебного материала; логически последовательные и конкретные ответы на основные задания/вопросы, включая дополнительные; устранение замечаний по отдельным элементам задания; владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины	Обучаемый продемонстрировал: понимание основного учебного материала; правильные, без грубых ошибок, ответы на основные вопросы, включая дополнительные, при устранении, при наводящих вопросах преподавателя, замечаний по отдельным элементам задания; недостаточное полное владение литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины	Обучаемый продемонстрировал: непонимание основного учебного материала; не дал правильные ответы на основные вопросы, включая дополнительные; не устранил, при наводящих вопросах преподавателя, замечания и грубые ошибки по вопросу; не владеет основной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины	Вопросы Практические задания
<u>УК-2,</u> <u>УК-4,</u> <u>УК-5,</u> <u>ОПК-3</u> <u>Владеть:</u>	Обучаемый продемонстрировал: понимание учебного материала; правильные и конкретные ответы, включая уточняющие вопросы; свободное владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной	Обучаемый продемонстрировал: понимание учебного материала; продемонстрировал логически последовательные, достаточно полные, верные ответы; самостоятельно устранил замечания по отдельным элементам; владение	Обучаемый продемонстрировал: понимание основного учебного материала; без грубых ошибок дал ответы на поставленные вопросы, в том числе при наводящих вопросах преподавателя; недостаточно полное владение литературой, рекомендованной учебной	Обучаемый продемонстрировал: непонимание основного учебного материала; дал неправильные ответы на поставленные вопросы; не владеет основной учебной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины	Вопросы Практические задания

	учебной программой дисциплины	основной и дополнительной литературой, рекомендованной учебной программой дисциплины	программой дисциплины		
--	-------------------------------	--	-----------------------	--	--

1. Оценочные материалы для самостоятельной работы обучающихся (студентов)

1.1 Реферат

Примерная тематика рефератов (УК-2.2, УК-4.1, УК-4.2, УК-5.2, ОПК-3.1)

1. Менеджмент и маркетинг. Цели и задачи менеджмента и маркетинга.
2. Этапы развития менеджмента и маркетинга.
3. Школы и подходы в истории менеджмента: школа научного управления.
4. Школы и подходы в истории менеджмента: классическая (административная) школа.
5. Школы и подходы в истории менеджмента: школа человеческих отношений и поведенческих наук.
6. Школы и подходы в истории менеджмента: школа науки управления.
7. Школы и подходы в истории менеджмента: процессный подход.
8. Школы и подходы в истории менеджмента: системный подход.
9. Школы и подходы в истории менеджмента: ситуационный подход.
10. Модели менеджмента.
11. Модели маркетинга.
12. Концепции маркетинга.
13. Внутренняя и внешняя среда организации. Характеристика и основные элементы.
14. Миссия организации: сущность, содержание.
15. Организация. Организационные структуры менеджмента на предприятии.
16. Функции менеджмента и маркетинга.
17. Методы менеджмента и маркетинга.
18. Принципы менеджмента и маркетинга.
19. Контроль в менеджменте и маркетинге.
20. Управленческие решения в менеджменте и маркетинге.
21. Мотивация в менеджменте и маркетинге.
22. Коммуникации в системе менеджмента и маркетинга.
23. Формы организации управленческой деятельности руководителя.
24. Понятия руководитель и лидер. Требования, предъявляемые к современным руководителям.
25. Власть: концепции власти, типы, характеристика, особенности реализации.

Структура реферата:

Введение

- Краткое описание темы и целей реферата.
- Актуальность темы.

Основная часть

- Теоретические основы темы
- История и эволюция (если применимо)
- Применение в современной экономике/бизнесе
- Примеры и кейсы
- Проблемы и вызовы
- Перспективы и тенденции развития

Заключение

- Выводы по результатам исследования.
- Значение баз данных для современных информационных систем.

Список использованных источников

- Перечень использованной литературы и интернет-ресурсов.

Критерии оценивания:

Структура и логика изложения (20%)

- Четкая структура работы (введение, основная часть, заключение).
- Логичность и последовательность изложения материала.

Содержание (40%)

- Полнота раскрытия темы.
- Описание основных этапов развития баз данных.
- Анализ современных тенденций.
- Примеры применения баз данных в информационных системах.

Аналитическая часть (20%)

- Глубина анализа роли баз данных в информационных системах.
- Наличие собственных выводов и оценок.

Оформление (10%)

- Соответствие требованиям к оформлению рефератов (шрифт, отступы, заголовки и т.д.).
- Корректное оформление ссылок и списка литературы.

Язык и стиль (10%)

- Грамотность и точность изложения.
- Научный стиль текста.

Требования к объему:

Объем реферата должен составлять 10-15 страниц печатного текста (шрифт Times New Roman, размер 12, интервал 1.5, поля 2 см со всех сторон).

2. Оценочные материалы для оценки текущей аттестации обучающихся (студентов)

2.1 Тестовые задания для текущего контроля успеваемости в виде ЗНАНИЙ

В тестовом задании вопросы, которые имеют закрытый характер.

Правильные ответы выделены знаком +.

1. Как осуществляется текущий контроль в организации? (**УК-2.1, ОПК-3.1, ОПК-3.3**)
 - a. Путем заслушивания работников организации на производственных совещаниях
 - b. Путем наблюдения за работой работников
 - c. С помощью системы обратной связи между руководящей и руководимой системами +
 - d. Вышестоящей структурой
2. Кто должен осуществлять контроль за выполнением поставленных задач перед коллективом? (**УК-5.1, УК-5.2**)
 - a. Специалисты
 - b. Работники
 - c. Министерства
 - d. Руководители +
3. Контроль должен быть (**УК-2.2, УК-5.1, УК-5.2**)
 - a. объективным и гласным
 - b. гласным и действенным+
 - c. объективным, деловым, эффективным, систематическим и гласным +
 - d. эффективным
4. Основоположник маркетинга (**УК-5.1, ОПК-3.1**)
 - a. Альфред Ньюман
 - b. Клейтон Кристенсен
 - c. Филип Котлер +
 - d. Уоррен Баффет

5. К каналам личной коммуникации можно отнести (УК-2.2, УК-5.2, ОПК-3.1)
- общение одного лица с аудиторией +
 - прямую почтовую рекламу
 - рекламу по телевидению
 - печатную рекламу
6. Рынок, соответствующий положению, когда спрос превышает предложение – это: (УК-5.1, ОПК-3.1)
- рынок производителя
 - рынок посредника
 - рынок продавца
 - рынок поставщика
 - рынок покупателя+
7. К какой задаче маркетинга относится расширение сервисных услуг? (ОПК-3.1)
- к оперативной задаче
 - к стратегической задаче
 - к тактической задаче +
 - к аналитико-оценочной задаче
 - к исследовательской задаче
8. К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок? (УК-2.1, УК-2.2, УК-5.1, ОПК-3.1)
- к оперативной задаче
 - к стратегической задаче+
 - к исполнительской задаче
 - к аналитико-оценочной задаче
 - к тактической задаче
9. Какая характеристика услуги связана с состоянием спроса? (УК-5.1, ОПК-3.1)
- неосвязаемость
 - неотделимость от источника
 - несохраняемость+
 - непостоянство качества
 - отсутствие владения.
10. Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным? (УК-2.1, ОПК-3.1, ОПК-3.2)
- выставка
 - фотопродукция
 - интернет-ресурс+
 - отношения со средствами массовой информации
 - печатные материалы

Критерии оценки результатов теста

- "Неудовлетворительно" (0-39%)**
 - Студент ответил правильно на менее 40% вопросов.
 - Значительные пробелы в знаниях по большинству тем.
 - Неправильное понимание ключевых понятий и принципов.
 - Неспособность применить теоретические знания на практике.
- "Удовлетворительно" (40-59%)**

- Студент ответил правильно на 40-59% вопросов.
- Основные понятия и принципы поняты частично, есть ошибки в ответах.
- Знания по большинству тем на базовом уровне, недостаточная глубина понимания.
- Частичная способность применять теоретические знания на практике, нужны дополнительные разъяснения.

3. "Хорошо" (60-79%)

- Студент ответил правильно на 60-79% вопросов.
- Хорошее понимание ключевых понятий и принципов, незначительные ошибки.
- Знания по всем темам на достаточном уровне, однако есть некоторые пробелы.
- Способность применять теоретические знания на практике, но требуется улучшение точности и уверенности.

4. "Отлично" (80-100%)

- Студент ответил правильно на 80-100% вопросов.
- Полное и правильное понимание всех ключевых понятий и принципов.
- Глубокие знания по всем темам, минимальные или отсутствующие ошибки.
- Высокий уровень способности применять теоретические знания на практике, демонстрация уверенности и точности в ответах.

2.2 Задачи на соответствие понятий для текущего контроля успеваемости в виде ВЛАДЕНИЙ

Правильные ответы расположены в таблицах друг напротив друга, во время тестирования предполагается что порядок данных в рамках каждого столбца будет случайным.

Задача 1: Соотнесите понятия маркетинга с их определениями (УК-2.1, УК-2.2, УК-5.1, ОПК-3.1)

Понятие	Определение
А - Воронка продаж	1 - составная часть плана развития предприятия
В - Лид	2 - маркетинговая задача определения места товара (услуги)
С - План маркетинга	3 - принцип распределения клиентов по стадиям процесса продаж от первого контакта до заключения сделки
Д - Позиционирование	4 - потенциальный клиент, тем или иным образом отреагировавший на коммуникацию

Правильный ответ: А-3, В-4, С-1, Д-2

Задача 2: Соотнесите принципы менеджмента с их определениями (УК-5.1, ОПК-3.1)

Понятие	Определение
---------	-------------

А - Целенаправленность	1 - Каждое управленческое решение анализируется для выявления его влияния на все подразделения предприятия.
В - Компетентность	2 - Элемент, который влияет на качество работы и формирует корпоративную культуру сотрудников.
С - Системность	3 - Хорошие знания менеджером объекта управления, его функций.
Д - Дисциплинированность	4 - Объединение деятельности организации на достижение общей цели, соотнесение цели с ресурсами, необходимыми для выполнения поставленной задачи.

Правильный ответ: А-4, В-3, С-1, Д-2

Задача 1: Соотнесите уровни иерархии менеджмента с должностями (**УК-2.1, ОПК-3.1, ОПК-3.2**)

Понятие	Определение
А - Высший	1 - Руководители первичных подразделений – бригад, секторов, участков.
В - Средний	2 - Президент компании, генеральный директор, председатель совета директоров.
С - Низовой	3 - Заместители руководителя, руководители крупных структур – отделов, цехов.

Правильный ответ: А-2, В-3, С-1

Критерии оценки выполнения задач на соответствие понятий

- **Правильность соответствий:**
 - **Отлично:** Все соответствия выполнены правильно.
 - **Хорошо:** 1 ошибка в соответствиях.
 - **Удовлетворительно:** 2 ошибки в соответствиях.
 - **Неудовлетворительно:** 3 и более ошибок в соответствиях.

3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся (студентов)

3.1 Задания для проведения промежуточной аттестации в форме ЭКЗАМЕНА

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. Группы, которые проявляют интерес к предприятию или оказывают влияние на его способность достигать поставленных целей – это: (**УК-5.2**)
 - a. поставщики
 - b. контактные аудитории+

- c. конкуренты
 - d. клиенты
 - e. маркетинговые посредники
2. Экономическая среда связана: **(УК-5.1)**
- a. с удорожанием энергии
 - b. с повышением образовательного уровня
 - c. с ростом ассигнований на НИОКР
 - d. с характером распределения доходов населения+
 - e. с регулированием коммерческой деятельности
3. С помощью какого механического устройства экспонируются рекламные объявления с большой скоростью? **(ОПК-3.1, ОПК-3.2)**
- a. гальванометр
 - b. диаскоп
 - c. тахистоскоп+
 - d. айтрекер
 - e. аудиметр
4. Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы: **(УК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2)**
- a. квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации
 - b. методические приемы работы с информацией
 - c. офисное оборудование
 - d. программное обеспечение
 - e. все перечисленное+
5. Какую стратегию охвата рынка следует использовать при однородности товаров фирмы? **(УК-2.1, ОПК-3.1)**
- a. недифференцированный маркетинг+
 - b. дифференцированный маркетинг
 - c. массовый маркетинг
 - d. концентрированный маркетинг
 - e. интегрированный маркетинг
6. Кто должен осуществлять контроль за выполнением поставленных задач перед коллективом? **(УК-5.1, УК-5.2)**
- a. Специалисты
 - b. Работники
 - c. Руководители+
 - d. Отдельные руководители
 - e. Министерства
7. Контроль — это: **(УК-2.1, УК-5.1, УК-5.2)**
- a. Вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации+
 - b. Вид человеческой деятельности
 - c. Наблюдение за работой персонала организации
 - d. Наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий
 - e. Постоянная проверка того, как организация осуществляет свои цели и корректирует свои действия

8. Для сокращения потребности в контроле целесообразно: **(УК-2.2, УК-5.1, ОПК-3.1)**
- Создавать организационные и социально-психологические условия для персонала+
 - Создавать соответствующие социальные условия для персонала
 - Создавать соответствующие организационные условия для персонала
 - Постоянно совершенствовать систему стимулирования труда персонала
 - Постоянно повышать квалификацию персонала
9. Метод, в котором бюджет устанавливается на основании того, что предприятие хочет добиться с помощью маркетинговых коммуникаций, это: **(УК-5.1, УК-5.2)**
- метод конкурентного паритета
 - метод расчета на основании целей и задач+
 - метод расчета в процентах к сумме продаж
 - метод исчисления от наличных денежных средств
 - метод экспертных оценок
10. Что есть основой мотивации труда в японских корпорациях? **(УК-2.2, ОПК-3.1, ОПК-3.2)**
- Получение высоких материальных вознаграждений
 - Гармонизация между трудом и капиталом+
 - Признание заслуг
 - Постоянное повышение квалификации персонала
 - Достижение конкурентного преимущества

ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ:

- Напишите, когда исторически возник вопрос мотивации труда. **(УК-5.1, ОПК-3.1)**
Ответ на вопрос: Со времен зарождения организованного производства.
- Укажите основные группы мотивов к труду, которые выделил ученый В. Подмарков. **(УК-5.1, ОПК-3.2)**
Ответ на вопрос: Обеспечение, признание, престиж.
- Укажите, на какие сроки разрабатываются оперативные планы. **(УК-2.1, ОПК-3.2)**
Ответ на вопрос: Полгода, месяц, декаду, неделю.
- Напишите, на каких уровнях осуществляется организационное планирование. **(УК-5.1, УК-2.2, ОПК-3.2)**
Ответ на вопрос: На всех уровнях управления.
- Укажите, какой вид цены основан на разделении рынка на определенные группы покупателей. **(УК-5.1, ОПК-3.1)**
Ответ на вопрос: Цена потребительского сегмента рынка.
- Кто является источником идей для создания нового продукта? **(УК-2.2, ОПК-3.1)**
Ответ на вопрос: Ученые, потребители, рекламные агентства и отраслевые издания.
- Укажите название страны, где впервые стал практиковаться маркетинг. **(УК-5.1, УК-5.2, ОПК-3.2)**
Ответ на вопрос: Япония.
- Напишите элементы комплекса маркетинга («4 р»). **(УК-2.2, ОПК-3.1)**
Ответ на вопрос: Товар, цена, сбыт, продвижение.

Критерии оценки ответов на экзамене

- **"Отлично" (5 баллов)**
 - **Критерии:**
 - Полное и точное объяснение вопроса.
 - Ответ включает все ключевые аспекты и детали.

- Примеры, если требуются, приведены и правильно объяснены.
 - Ответ демонстрирует глубокое понимание темы.
- **"Хорошо" (4 балла)**
 - **Критерии:**
 - Корректное объяснение вопроса.
 - Ответ охватывает основные аспекты, но может отсутствовать незначительная деталь или пример.
 - Демонстрируется хорошее, но не полное понимание темы.
- **"Удовлетворительно" (3 балла)**
 - **Критерии:**
 - Общее представление о вопросе.
 - Ответ включает основные аспекты, но содержит неточности или пропуски.
 - Примеры, если требуются, могут отсутствовать или быть неверно объяснены.
 - Демонстрируется базовое понимание темы.
- **"Неудовлетворительно" (2 балла)**
 - **Критерии:**
 - Некорректное или неполное объяснение вопроса.
 - Отсутствие ключевых аспектов и деталей.
 - Примеры, если требуются, отсутствуют или приведены неверные.
 - Ответ демонстрирует недостаточное понимание темы.