



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол от «15» апреля 2020 г. № 9  
Зав. кафедрой  Е.И. Янгирова

Согласовано:  
Председатель УМК института  
 /Л.Р. Абзалилова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Основы менеджмента и маркетинга

Базовая часть

**программа бакалавриата**

Направление подготовки  
38.03.05 Бизнес информатика

Направленность (профиль) подготовки:  
«Аналитическая и инструментальная поддержка бизнеса»

Квалификация  
бакалавр

Разработчик (составитель):  
старший преподаватель



Сафиуллина Е.А.

Для приема 2020 г

Уфа 2020 г.

Составитель: старший преподаватель кафедры управления проектами и маркетинга Сафиуллина Е.А.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры управления проектами и маркетинга\_, протокол № 9 от «15 »апреля 2020 г.

Заведующий кафедрой

 / Янгирова Е.И.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры управления проектами и маркетинга\_, протокол № 10 от «31 » мая 2021 г

Заведующий кафедрой

 / Янгирова Е.И.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_, протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Ф.И.О/

## Список документов и материалов

|   |    |
|---|----|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....  | 4  |
| 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы.....   | 5  |
| 3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).....  | 5  |
| 4. Фонд оценочных средств по дисциплине .....   | 17 |
| 4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....   | 17 |
| 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций..... | 20 |
| 4.3. Рейтинг-план дисциплины.....   | 21 |
| 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....  | 42 |
| 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....  | 42 |
| 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины .....   | 43 |
| 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....  | 44 |

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

| Результаты обучения                   |   | Формируемая компетенция (с указанием кода)  | Примечание |
|---------------------------------------|---|---|------------|
| Знания                                | 1. <u>Знать</u> : принципы развития и закономерности функционирования организации, роли, функции и задачи менеджера в современной организации, основные бизнес-процессы в организации, принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования                              | <b>ОК-3</b> – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности  |            |
|                                       | 2. <u>Знать</u> : основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; методику маркетинговых исследований, алгоритмы разработки управленческих решений | <b>ОПК-2</b> – способность находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность; готов к ответственному и целеустремленному решению поставленных профессиональных задач во взаимодействии с обществом, коллективом, партнерами                                       |            |
| Умения                                | 1. <u>Уметь</u> : ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию  | <b>ОПК-2-</b> способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений   |            |
|                                       | 2. <u>Уметь</u> : анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию, организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач   | <b>ОПК-3</b> - способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия |            |
| Владения (навыки / опыт деятельности) | <u>Владеть</u> : методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль)  | <b>ОПК-2</b> - способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений  |            |
|                                       | <u>Владеть</u> : навыками, позволяющими, ориентируясь на направления современного маркетинга и используя экономические знания в различных сферах деятельности, разработать комплекс маркетинговых мероприятий с использованием современных программных комплексов                       | <b>ОПК-3</b> - способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной   |            |

|  |  |   |    |  |
|--|--|---|----|--|
|  |  | ответственности<br>осуществляемые мероприятия | за |  |
|--|--|---|----|--|

## **2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» относится к базовой части.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 семестре.

Целью изучения дисциплины «Основы менеджмента и маркетинга» является освоение студентами современной теории, принципов, технологий и инструментов маркетинга применительно к условиям, в которых действуют российские субъекты рынка, а также формирование у студентов целостного представления о принципах и методах современного управления, его роли в обеспечении жизнедеятельности и конкурентоспособности организации, реализации профессиональной деятельности и решении профессиональных задач.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Экономическая теория», «Основы статистики»

Дисциплина «Основы менеджмента и маркетинга» является необходимой для успешного прохождения практики и государственной итоговой аттестации.

## **3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины Основы менеджмента и маркетинга  
на 2 семестр  
очной формы обучения

| <b>Вид работы</b>   | <b>Объем дисциплины</b> |
|---|-------------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)   | 5/180                   |
| Учебных часов на контактную работу с преподавателем:  |                         |
| лекций  | 16                      |
| практических/ семинарских   | 32                      |
| лабораторных  |                         |
| других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) ФКР | 1,2                     |
| Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)  | 67,8                    |
| Учебных часов на подготовку к экзамену (контроль)   | 63                      |

Форма контроля:  
Экзамен 2 семестр

| № п/п | Тема и содержание   | Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах) |        |    |    | Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка) | Задания по самостоятельной работе студентов               | Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.) |
|-------|---|--|--------|----|----|--|---|---|
|       |   | ЛК   | ПР/СЕМ | ЛР | СР |  |   |   |
|       | <b>Модуль 1. Природа, эволюция и методология менеджмента</b>  |  |        |    |    |  |   |   |
| 1.    | <b>Тема 1. Менеджмент как наука об управлении</b><br>1. Сущность менеджмента, его место в общей теории управления<br>2. Виды и уровни менеджмента<br>3. Функции менеджмента<br>4. Современный международный менеджмент. Особенности развития российского менеджмента  | 1  | 2      |    | 5  | 1,3  | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 2.    | <b>Тема 2. Организация как система: общая модель и ее характеристики. Эффективность организации</b><br>1. Организация как сложная технико-экономическая и социальная система<br>2. Эффективность организаций<br>3. Внешняя среда организации: характеристика и основные элементы<br>4. Внутренняя среда организации | 2  | 3      |    | 5  | 1,5,6  | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 3.    | <b>Тема 3. Разработка целей и стратегии развития организации</b>  | 1  | 2      |    | 5  | 2,4  | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые                         |

|    |  |   |   |  |   |         |   |   |
|----|--|---|---|--|---|---------|---|---|
|    | 1. Сущность и задачи планирования. Виды планирования<br>2. Стратегическое планирование<br>3. Миссия и цели организации<br>4. Стратегии функционирования фирм в современных условиях  |   |   |  |   |         |   | задания, решение кейсов   |
| 4. | <b>Тема 4. Структура управления организацией</b><br>1. Сущность организационной структуры. Принципы ее построения<br>2. Типы организационных структур управления. Механические структуры.<br>3. Органические структуры: характеристика их особенностей | 2 | 3 |  | 5 | 1,2,6   | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
|    | <b>Модуль 2. Процесс управления организациями (фирмами). Функции управления</b>  |   |   |  |   |         |   |   |
| 5. | <b>Тема 5. Мотивация и контроль в системе менеджмента</b><br>1. Сущность и первоначальные концепции мотивации<br>2. Содержательные теории мотивации<br>3. Процессуальные теории мотивации<br>4. Функция управления: контроль                           | 1 | 2 |  | 5 | 1,3     | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 6. | <b>Тема 6. Власть, лидерство и стиль руководства в менеджменте</b><br>1. Менеджер: основные черты и характеристики<br>2. Феномен власти в менеджменте<br>3. Лидерство и стили руководства  | 2 | 3 |  | 5 | 1,2,4,5 | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |



|    |  |   |   |  |   |        |   |   |
|----|--|---|---|--|---|--------|---|---|
| 7  | <b>Тема 7. Принятие и реализация управленческих решений</b><br>1. Организационное управленческое решение: природа, сущность, классификация<br>2. Подходы к принятию решения<br>3. Факторы, влияющие на процесс принятия решения.<br>4. Методы и методология принятия организационных решений | 1 | 2 |  | 5 | 1,5,6, | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
|    | <b>Модуль 3. Современная концепция маркетинга. Анализ маркетинговых возможностей</b>   |   |   |  |   |        |   |   |
| 8  | <b>Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга</b><br>1. Социально-экономическая сущность маркетинга<br>2. Концепции управления маркетингом<br>3. Стратегия, функции и субъекты маркетинга   | 2 | 3 |  | 5 | 2,6    | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 9  | <b>Тема 9. Технология маркетинговых исследований</b><br>1. Система маркетинговой информации<br>2. Схема маркетингового исследования<br>3. Конкурентоспособность товара и конкурентоспособность фирмы   | 1 | 2 |  | 5 | 2,3    | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 10 | <b>Тема 10. Потребительский рынок и поведение покупателей</b><br>1. Потребности и их виды. Процесс материализации потребностей   | 1 | 3 |  | 5 | 2,4,6  | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |

|     |   |     |    |  |      |         |   |   |
|-----|---|-----|----|--|------|---------|---|---|
|     | на рынке<br>2. Модель покупательского поведения<br>3. Принятие решения о покупке товара-новинки   |     |    |  |      |         |   |   |
|     | <b>Модуль 4. Принятие маркетинговых решений</b>   |     |    |  |      |         |   |   |
| 11. | <b>Тема 11. Рынок. Сегментирование рынка. Позиционирование товара</b><br>1. Рынок как объект маркетинга. Рыночная система<br>2. Сегментация рынков. Позиционирование товара.                            | 1   | 2  |  | 5    | 2,3,5,6 | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 12  | <b>Тема 12. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара</b><br>1. Маркетинговое понимание товара. Классификация товаров<br>2. Рыночная атрибутика товаров<br>3. Концепция жизненного цикла товара | 0,5 | 3  |  | 5    | 1,2,4   | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 13  | <b>Тема 13. Цены и ценовая политика</b><br>1. Сущность, функции и виды цен<br>2. Методика расчета исходной цены<br>3. Стратегия и тактика ценообразования   | 0,5 | 2  |  | 7,8  | 5,6     | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
|     | <b>Всего часов:</b>   | 16  | 32 |  | 67,8 |         |   |   |

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины Основы менеджмента и маркетинга  
на 2,3 курс  
заочной формы обучения

| <b>Вид работы</b>   | <b>Объем дисциплины</b> |
|---|-------------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)   | 5/180                   |
| Учебных часов на контактную работу с преподавателем:  |                         |
| лекций  | 8                       |
| практических/ семинарских   | 8                       |
| лабораторных  |                         |
| других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) ФКР | 1,7                     |
| Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)  | 153,3                   |
| Учебных часов на подготовку к экзамену (контроль)   | 9                       |

Форма(ы) контроля:  
Экзамен 3 курс

| №<br>п/п | Тема и содержание  | Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах) |        |    |    | Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка) | Задания по самостоятельной работе студентов               | Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.) |
|----------|--|--|--------|----|----|--|---|---|
|          |  | ЛК   | ПР/СЕМ | ЛР | СР |  |   |   |
|          | Модуль 1. <b>Природа, эволюция и методология менеджмента</b>   |  |        |    |    |  |   |   |
| 1.       | <b>Тема 1. Менеджмент как наука об управлении</b><br>1. Сущность менеджмента, его место в общей теории управления<br>2. Виды и уровни менеджмента<br>3. Функции менеджмента<br>4. Современный международный менеджмент. Особенности развития российского менеджмента             | 1  | 1      |    | 12 | 1,3  | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 2.       | <b>Тема 2. Организация как система: общая модель и ее характеристики. Эффективность организации</b><br>1. Организация как сложная технико-экономическая и социальная система<br>2. Эффективность организаций<br>3. Внешняя среда организации: характеристика и основные элементы | 1  | 1      |    | 12 | 1,5,6  | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |

|    |   |     |     |  |    |       |   |   |
|----|---|-----|-----|--|----|-------|---|---|
|    | 4. Внутренняя среда организации   |     |     |  |    |       |   |   |
| 3. | <b>Тема 3. Разработка целей и стратегии развития организации</b><br>1. Сущность и задачи планирования. Виды планирования<br>2. Стратегическое планирование<br>3. Миссия и цели организации<br>4. Стратегии функционирования фирм в современных условиях | 1   | 1   |  | 12 | 2,4   | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 4. | <b>Тема 4. Структура управления организацией</b><br>1. Сущность организационной структуры. Принципы ее построения<br>2. Типы организационных структур управления. Механические структуры.<br>3. Органические структуры: характеристика их особенностей  | 0,5 | 0,5 |  | 12 | 1,2,6 | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
|    | Модуль 2. <b>Процесс управления организациями (фирмами). Функции управления</b>   |     |     |  |    |       |   |   |
| 5. | <b>Тема 5. Мотивация и контроль в системе менеджмента</b><br>1. Сущность и первоначальные концепции мотивации<br>2. Содержательные теории мотивации<br>3. Процессуальные теории мотивации   | 0,5 | 0,5 |  | 12 | 1,3   | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |

|    |  |     |     |  |    |         |   |   |
|----|--|-----|-----|--|----|---------|---|---|
|    | 4. Функция управления: контроль  |     |     |  |    |         |   |   |
| 6. | <b>Тема 6. Власть, лидерство и стиль руководства в менеджменте</b><br>1. Менеджер: основные черты и характеристики<br>2. Феномен власти в менеджменте<br>3. Лидерство и стили руководства  | 0,5 | 0,5 |  | 12 | 1,2,4,5 | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 7  | <b>Тема 7. Принятие и реализация управленческих решений</b><br>1. Организационное управленческое решение: природа, сущность, классификация<br>2. Подходы к принятию решения<br>3. Факторы, влияющие на процесс принятия решения.<br>4. Методы и методология принятия организационных решений | 0,5 | 0,5 |  | 12 | 1,5,6,  | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
|    | Модуль 3. <b>Современная концепция маркетинга. Анализ маркетинговых возможностей</b>   |     |     |  |    |         |   |   |
| 8  | <b>Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга</b><br>1. Социально-экономическая сущность маркетинга<br>2. Концепции управления маркетингом<br>3. Стратегия, функции и субъекты маркетинга   | 0,5 | 0,5 |  | 12 | 2,6     | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 9  | <b>Тема 9. Технология маркетинговых исследований</b>   | 0,5 | 0,5 |  | 12 | 2,3     | Вопросы по теме практического занятия,                    | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка  |

|     |  |     |     |  |     |         |   |   |
|-----|--|-----|-----|--|-----|---------|---|---|
|     | 1. Система маркетинговой информации<br>2. Схема маркетингового исследования<br>3. Конкурентоспособность товара и конкурентоспособность фирмы   |     |     |  |     |         | конспекты, доклады  | докладов, тестовые задания, решение кейсов  |
| 10  | <b>Тема 10. Потребительский рынок и поведение покупателей</b><br>1. Потребности и их виды. Процесс материализации потребностей на рынке<br>2. Модель покупательского поведения<br>3. Принятие решения о покупке товара-новинки | 0,5 | 0,5 |  | 12  | 2,4,6   | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
|     | Модуль 4. <b>Принятие маркетинговых решений</b>  |     |     |  |     |         |   |   |
| 11. | <b>Тема 11. Рынок. Сегментирование рынка. Позиционирование товара</b><br>1. Рынок как объект маркетинга. Рыночная система<br>2. Сегментация рынков. Позиционирование товара.   | 0,5 | 0,5 |  | 12  | 2,3,5,6 | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 12  | <b>Тема 12. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара</b><br>1. Маркетинговое понимание товара. Классификация товаров<br>2. Рыночная атрибутика товаров<br>3. Концепция жизненного цикла товара                        | 0,5 | 0,5 |  | 12  | 1,2,4   | Вопросы по теме практического занятия, конспекты, доклады | Проверка вопросов для самостоятельной работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
| 13  | <b>Тема 13. Цены и ценовая политика</b>  | 0,5 | 0,5 |  | 9,3 | 5,6     | Вопросы по теме   | Проверка вопросов для самостоятельной   |

|  |  |   |   |  |       |  |   |   |
|--|--|---|---|--|-------|--|---|---|
|  | 1. Сущность, функции и виды цен<br>2. Методика расчета исходной цены<br>3. Стратегия и тактика ценообразования |   |   |  |       |  | практического занятия, конспекты, доклады | работы, проверка докладов, тестовые задания, решение кейсов |
|  | <b>Всего часов:</b>  | 8 | 8 |  | 153,3 |  |   |   |



#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

**ОК-3** – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности

| Этап (уровень) освоения компетенции | Планируемые результаты обучения<br>(показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)  | Критерии оценивания результатов обучения  |   |  |   |  |
|-------------------------------------|---|---|---|--|---|--|
|                                     |   | 1   | 2   | 3  | 4   | 5  |
| Первый этап (уровень)               | Знать: принципы развития и закономерности функционирования организации; роли, функции и задачи менеджера в современной организации; основные бизнес-процессы в организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования | Отсутствие знаний о принципах развития и закономерности функционирования организации; роли, функции и задачи менеджера в современной организации; основные бизнес-процессы в организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования | Фрагментарные представления о принципах развития и закономерности функционирования организации; роли, функции и задачи менеджера в современной организации; основные бизнес-процессы в организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования | Неполные представления о принципах развития и закономерности функционирования организации; роли, функции и задачи менеджера в современной организации; основные бизнес-процессы в организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о принципах развития и закономерности функционирования организации; роли, функции и задачи менеджера в современной организации; основные бизнес-процессы в организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования | Сформированные систематические представления о принципах развития и закономерности функционирования организации; роли, функции и задачи менеджера в современной организации; основные бизнес-процессы в организации; принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования |
| Второй этап (уровень)               | Уметь: ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; анализировать внешнюю и внутреннюю  | Отсутствие умений ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных   | Фрагментарные умения ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных  | В целом успешное, но не систематическое использование умений ставить цели и формулировать задачи, связанные с  | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы использование умений ставить цели и формулировать   | Сформированное умение использовать умения ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией   |

|                       |   |  |   |  |  |   |
|-----------------------|---|--|---|--|--|---|
|                       | среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию  | функций; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию   | функций; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию  | реализацией профессиональных функций; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию  | задачи, связанные с реализацией профессиональных функций; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию  | профессиональных функций; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию   |
| Третий этап (уровень) | Владеть: методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации. | Отсутствие владения методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации. | Фрагментарное владение методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации. | В целом успешное, но не систематическое применение методов реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации. | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение методов реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации. | Успешное и систематическое применение методов реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации. |

**ОПК-2** – способность находить организационно-управленческие решения и готов нести за них ответственность; готов к ответственному и целеустремленному решению поставленных профессиональных задач во взаимодействии с обществом, коллективом, партнерами

| Этап (уровень) освоения компетенции | Планируемые результаты обучения<br>(показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)  | Критерии оценивания результатов обучения  |   |  |   |  |
|-------------------------------------|---|---|---|--|---|--|
|                                     |   | 1   | 2   | 3  | 4   | 5  |
| Первый этап (уровень)               | Знать: основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами. | Отсутствие знаний об основных теориях и концепциях взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами. | Фрагментарные представления об основных теориях и концепциях взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами. | Неполные представления о основных теориях и концепциях взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами.                    | Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления об основных теориях и концепциях взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами. | Сформированные систематические представления об основных теориях и концепциях взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами. |
| Второй этап (уровень)               | Уметь: анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач                | Отсутствие умений анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач                     | Фрагментарные умения анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач                            | В целом успешное, но не систематическое использование умений анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы в умении анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач                        | Сформированное умение анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию; организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач  |
| Третий этап (уровень)               | Владеть: навыками, позволяющими,  | Отсутствие владения навыками, позволяющими,   | Фрагментарное владение навыками, позволяющими,  | В целом успешное, но не систематическое применение   | В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы   | Успешное и систематическое применение навыков,   |

|  |  |  |  |  |   |   |
|--|--|--|--|--|---|---|
|  | ориентируюсь на направления современного маркетинга и используя экономические знания в различных сферах деятельности, разработать комплекс маркетинговых мероприятий с использованием современных программных комплексов | ориентируюсь на направления современного маркетинга и используя экономические знания в различных сферах деятельности, разработать комплекс маркетинговых мероприятий с использованием современных программных комплексов | ориентируюсь на направления современного маркетинга и используя экономические знания в различных сферах деятельности, разработать комплекс маркетинговых мероприятий с использованием современных программных комплексов | навыками, позволяющими, ориентируюсь на направления современного маркетинга и используя экономические знания в различных сферах деятельности, разработать комплекс маркетинговых мероприятий с использованием современных программных комплексов | применение навыков, позволяющих, ориентируюсь на направления современного маркетинга и используя экономические знания в различных сферах деятельности, разработать комплекс маркетинговых мероприятий с использованием современных программных комплексов | позволяющих, ориентируюсь на направления современного маркетинга и используя экономические знания в различных сферах деятельности, разработать комплекс маркетинговых мероприятий с использованием современных программных комплексов |
|--|--|--|--|--|---|---|

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины).

Шкалы оценивания:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

#### 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

##### Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

| Этапы освоения                                    | Результаты обучения   | Компетенция  | Оценочное средство  |
|---|---|--------------|---|
| 1-й этап<br>Знания                                | 1. <u>Знать</u> : принципы развития и закономерности функционирования организации, роли, функции и задачи менеджера в современной организации, основные бизнес-процессы в организации, принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования          | <b>ОК-3</b>  | Вопросы для самостоятельной работы, тест, экзаменационные вопросы; кейс-задания |
|   | 2. <u>Знать</u> : основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами.  | <b>ОПК-2</b> | Вопросы для самостоятельной работы, тест, экзаменационные вопросы; кейс-задания |
| 2-й этап<br>Умения                                | 1. <u>Уметь</u> : ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций, анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию                                  | <b>ОК-3</b>  | Вопросы для самостоятельной работы, тест, кейс-задания                          |
|   | 2. <u>Уметь</u> : анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по ее совершенствованию, организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач   | <b>ОПК-2</b> | Вопросы для самостоятельной работы, тест, кейс-задания                          |
| 3-й этап<br>Владения (навыки / опыт деятельности) | <u>Владеть</u> : методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль)  | <b>ОК-3</b>  | Вопросы для самостоятельной работы, тест, кейс-задания                          |
|   | <u>Владеть</u> : навыками, позволяющими ориентироваться на направления современного маркетинга и используя экономические знания в различных сферах деятельности, разработать комплекс маркетинговых мероприятий с использованием современных программных комплексов | <b>ОПК-2</b> | Вопросы для самостоятельной работы, тест, кейс-задания                          |

#### 4.3. Рейтинг-план дисциплины

Б 1. Б 15 Основы менеджмента и маркетинга

Бизнес – информатика, профиль аналитическая и инструментальная поддержка бизнеса

курс 1, семестр 2

| Виды учебной деятельности студентов  | Балл за конкретное задание | Число заданий за семестр | Баллы       |              |
|--|----------------------------|--------------------------|-------------|--------------|
|  |                            |                          | Минимальный | Максимальный |
| <b>Модуль 1 Природа, эволюция и методология менеджмента</b>                                    |                            |                          |             |              |
| <b>Текущий контроль</b>  |                            |                          |             | <b>10</b>    |
| 1. Аудиторная работа (Вопросы и задания для письменного и устного опроса; проверка конспектов) | 5                          | 1                        | 0           | 5            |
| 2. Доклады, сообщения  | 5                          | 1                        | 0           | 5            |
| <b>Рубежный контроль</b>   |                            |                          | <b>0</b>    | <b>4</b>     |
| 1. Письменная контрольная работа   | 4                          | 1                        |             | 4            |
| <b>Модуль 2. Процесс управления организациями (фирмами). Функции управления</b>                |                            |                          |             |              |
| <b>Текущий контроль</b>  |                            |                          |             | <b>18</b>    |
| 1. Аудиторная работа (Вопросы и задания для письменного и устного опроса; проверка конспектов) | 5                          | 1                        | 0           | 5            |
| 2. Доклады, сообщения (рефераты)   | 5                          | 1                        | 0           | 5            |
| 3. Обсуждение ситуационных задач   | 4                          | 2                        | 0           | 8            |
| <b>Рубежный контроль</b>   |                            |                          | <b>0</b>    | <b>5</b>     |
| 1. Письменная контрольная работа   | 5                          | 1                        | 0           | 5            |
| <b>Модуль 3. Современная концепция маркетинга. Анализ маркетинговых возможностей</b>           |                            |                          |             |              |
| <b>Текущий контроль</b>  |                            |                          |             | <b>14</b>    |
| 1. Аудиторная работа (Вопросы и задания для письменного и устного опроса; проверка конспектов) | 5                          | 2                        | 0           | 10           |
| 2. Решение практических ситуаций   | 4                          | 1                        |             | 4            |
| <b>Рубежный контроль</b>   |                            |                          | <b>0</b>    | <b>5</b>     |
| 1. Тестирование  | 5                          | 1                        |             | 5            |
| <b>Модуль 4. Принятие маркетинговых решений</b>  |                            |                          |             |              |
| <b>Текущий контроль</b>  |                            |                          |             | <b>9</b>     |
| 1. Аудиторная работа (устные и письменные ответы по теории; проверка конспектов)               | 5                          | 1                        |             | 5            |
| 2. Решение практических ситуаций   | 4                          | 1                        |             | 4            |
| <b>Рубежный контроль</b>   |                            |                          | <b>0</b>    | <b>5</b>     |
| 1. Тестирование  | 5                          | 1                        |             | 5            |
| <b>ПОСЕЩАЕМОСТЬ (БАЛЛЫ ВЫЧИТАЮТСЯ ИЗ ОБЩЕЙ СУММЫ НАБРАННЫХ БАЛЛОВ)</b>                         |                            |                          |             |              |
| 1. Посещение лекционных занятий  |                            |                          | 0           | - 6          |
| 2. Посещение практических занятий  |                            |                          | 0           | - 10         |
| <b>Поощрительные баллы</b>   |                            |                          |             |              |
| 1. Публикация статей   | 10                         | 1                        | 0           | 10           |
| <b>Итоговый контроль: экзамен</b>  |                            |                          |             | <b>30</b>    |
| <b>ИТОГО</b>   |                            |                          |             | <b>110</b>   |

#### Перечень вопросов к экзамену

1. Сущность и содержание менеджмента. Цели и задачи менеджмента.
2. Функции менеджмента в современной компании.
3. Виды и уровни менеджмента в организационной структуре.

4. Характеристика организации как системы.
5. Внутренняя и внешняя среда организации.
6. Цели в управлении организацией. Классификация целей. Установление целей и их ранжирование.
7. Виды разрабатываемых стратегий.
8. Планирование как функция менеджмента: цели, задачи и принципы. Перспективное, среднесрочное и текущее планирование. Виды планов.
9. Понятие и сущность организационной структуры фирмы. Принципы и факторы, определяющие ее построение.
10. Типы организационных структур управления.
11. Содержательные теории мотивации.
12. Процессуальные теории мотивации.
13. Контроль. Виды контроля.
14. Процесс контроля и его этапы.
15. Персонал менеджмента. Личность менеджера. Специфика деятельности менеджеров высшего, среднего и низшего звена.
16. Феномен власти в менеджменте. Типология власти. Власть и авторитет менеджера.
17. Менеджер и лидер. Понятие лидерства. Стили руководства и типы руководителей.
18. Традиционные концепции лидерства.
19. Ситуационный подход к феномену лидерства в менеджменте.
20. Понятие и сущность организационного управленческого решения. Типы управленческих решений.
21. Процесс принятия управленческих решений: основные стадии процесса.
22. Методология и методы разработки и принятия управленческих решений.
23. Определение и сущность маркетинга. Роль маркетинга в экономике.
24. Исходные идеи маркетинга: нужды, потребности, товар, рынок. Комплекс маркетинга (4 «Р»).
25. Концепции маркетинга.
26. Ценность товара для потребителя. Удовлетворение потребителя. Цепочка создания ценности продукта.
27. Концепция и состав системы маркетинговой информации. Классификация информации, используемой в маркетинговых исследованиях.
28. Процесс маркетинговых исследований. Исследование рынка и исследование потенциальных возможностей фирмы.
29. Маркетинговая среда фирмы. Основные факторы микросреды.
30. Факторы макросреды и реакция на них.
31. Модель поведения потребителя. Основные факторы, определяющие поведение покупателя.
32. Потребность и потребитель. Виды потребностей. Материализации потребностей на рынке. Классификация потребителей.
33. Процесс принятия решения о покупке товара.
34. Основные характеристики товара в маркетинге.
35. Классификация товарных групп в системе маркетинга.
36. Понятие конкурентоспособности товара и ее составляющие.
37. Жизненный цикл товара и его фазы.
38. Стратегия и тактика маркетинга. Методология разработки маркетинговых стратегий.
39. Стратегии маркетинга на этапах жизненного цикла товара. Пять конкурентных сил Портера как критерий выбора маркетинговых стратегий. SWOT-анализ.
40. Рынок как объект маркетинга. Типы и виды рынков.
41. Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке.
42. Понятие целевого рынка. Стратегии охвата. Принципы выбора целевого сегмента рынка.

43. Понятие цены. Функции и виды цен. Ценовая политика.
44. Установление исходной цены товара. Факторы ценообразования.
45. Стратегии ценообразования: разработка и их реализация.
46. Матрица Бостонской консалтинговой группы.
47. Каналы распределения, товародвижения и сбыта товаров: сущность, функции, структура.
48. Контроль маркетинговой деятельности. Типы контроля.
49. Матрица Ансоффа. Модель Мак-Кинси.
50. Сущность услуг и их классификация.

Образец экзаменационного билета:

|  |   |
|--|---|
| Башкирский государственный университет   | Направление подготовки 38.03.05<br>«Бизнес-информатика» |
| Институт экономики, финансов и бизнеса<br>Кафедра управления проектами и<br>маркетинга | Дисциплина «Основы менеджмента и<br>маркетинга»         |

Экзаменационный билет № 1

1. Методы проектирования организационных структур и оценка их эффективности
2. Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке.

Зав. кафедрой

Е.И. Беглова

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

**Критерии оценки (в баллах) для очной формы обучения:**

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы.

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности.

- **10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос.

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

**Критерии оценки для заочной формы обучения:**



- **«отлично»** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы.
- **«хорошо»** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретический вопрос, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности.
- **«удовлетворительно»** баллов выставляется студенту, если при ответе на теоретический вопрос студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос.
- **«неудовлетворительно»** баллов выставляется студенту, если ответ на теоретический вопрос свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов.

### Вопросы и задания для письменного и устного опроса

#### Тема 1. Менеджмент как наука об управлении

##### *Изучаемые вопросы:*

1. Что такое «менеджмент»? Раскройте специфику различных трактовок термина «менеджмент».
2. Чем термин "менеджмент" отличается от термина "управление"? В чем проявляется сущность менеджмента? Менеджмент как специфический вид управленческой деятельности.
3. Чем обусловлен повышенный интерес к науке управления в конце XX века?
4. Цели и задачи менеджмента.
5. Раскройте содержание понятия «менеджмент» как науки и практики управления, как организации управления предприятием и как процесса принятия управленческих решений.
6. Какие виды и уровни менеджмента вы знаете?
7. Перечислите и дайте характеристику основных функций менеджмента.
8. Дайте характеристику современному международному менеджменту. Каковы особенности американского, японского и европейского менеджмента.
9. Какой год и почему явился началом периода современной истории развития экономики и менеджмента в России и по каким причинам?
10. В чем состоит специфика российского менеджмента в сравнении с зарубежными направлениями и школами?
11. Реферат из предложенного перечня тем

#### Тема 2. Организация как система: общая модель и ее характеристики. Эффективность организации

##### *Изучаемые вопросы:*

1. Дайте характеристику организации как сложной технико-экономической и социальной системы. Каковы ее признаки и законы?
2. Приведите классификацию организаций. Какие типы и виды организаций, осуществляющих производственно-хозяйственную и инновационную деятельность в России, вы знаете?
3. Какими ресурсами располагает современная организация? В чем сущность предпринимательской способности как специфического ресурса?
4. Каковы основные составляющие успеха организации в рыночной экономике?
5. Что понимают под эффективностью организаций? Какие критерии оценки эффективности выделяют?

6. Дайте характеристику внешней среде организации. Чем микросреда организации отличается от макросреды?
7. Постройте схему взаимодействия внутренних переменных организации. Дайте характеристику составляющим социотехнической подсистемы организации.
8. Реферат из предложенного перечня тем.

### Тема 3. Разработка целей и стратегии развития организации

#### *Изучаемые вопросы :*

1. Сформулируйте сущность и содержание планирования. Назовите задачи планирования.
2. Поясните формы планирования. Перечислите виды планов промышленного предприятия
3. В чем заключается сущность стратегического планирования? Каковы основные этапы стратегического планирования?
4. В чем состоит суть понятия «миссия организации»? Поясните содержание процесса формулирования миссии предприятия.
5. Приведите определение целей организации и опишите их общие характеристики.
6. Приведите классификацию целей фирмы.
7. Дайте понятие «дерева» целей. Каковы принципы его построения?
8. Приведите основные задачи и содержание анализа внешней среды.
9. Опишите содержание управленческого обследования предприятия.
10. Что представляет собой стратегия фирмы? Каковы базовые стратегические альтернативы по отношению к продукту (виду деятельности)?
11. Назовите элементы конкурентной стратегии, обеспечивающие коммерческим фирмам успех в современных рыночных условиях.
12. В чем состоят особенности Бостонской модели стратегического планирования?
13. Реферат из предложенного перечня тем

### Тема 4. Структура управления организацией

#### *Изучаемые вопросы:*

1. Сформулируйте определение организационной структуры менеджмента. Поясните сущность и общие характеристики организационной структуры.
2. Какие принципы лежат в основе построения организационных структур в современном менеджменте? Поясните сущность и этапы организационного проектирования?
3. Какие факторы учитываются при создании организационных структур?
4. Дайте общее описание механического и органического подходов при формировании организационных структур.
5. Опишите функциональную организационную структуру. Перечислите ее достоинства и недостатки.
6. Назовите отличительные особенности дивизионных структур и их разновидности.
7. Какие типы адаптивных структур вы знаете? Дайте описание и типы проектных структур.
8. В чем заключается сущность матричной организационной структуры? Назовите достоинства и недостатки матричной структуры, а также условия целесообразности ее применения.
9. Какие новые формы адаптивных структур вам известны?
10. Реферат из предложенного перечня тем.

### Тема 5. Мотивация и потребности в системе менеджмента

*Изучаемые вопросы:*

1. Дайте определение и поясните сущность мотивации. Поясните основополагающие понятия современных теорий мотивации.
2. Опишите механизм мотивации через удовлетворение потребностей. Какова роль мотивации труда работников в стратегии деятельности предприятия?
3. Что такое потребности человека? Охарактеризуйте общепринятые классификации индивидуальных потребностей человека.
4. Сформулируйте сущность и опишите первоначальные концепции мотивации.
5. Дайте краткую характеристику современных теорий мотивации и приведите их классификацию.
6. В чем смысл и значение «пирамиды потребностей» А. Маслоу?
7. Раскройте смысл теории потребностей Мак Клеелланда.
8. Поясните основные положения двухфакторной теории Ф. Герцберга и приведите ее сопоставление с иерархией потребностей по Маслоу.
9. Каковы основные положения теории ожиданий и теории справедливости?
10. Опишите комплексную модель Портера-Лоулера.
11. Как взаимосвязаны понятия «мотивация» и «компенсация»? Охарактеризуйте вознаграждение как способ удовлетворения потребностей. Какие системы вознаграждения используются в организациях?
12. Дайте определение контроля. Какова его роль в менеджменте? Почему необходимо осуществлять контроль на предприятии?
13. Приведите основные виды контроля и их содержание. Что является объектом контроля в организации?
14. Опишите основные этапы и модель процесса контроля.
15. Реферат из предложенного перечня тем

Тема 6. Власть, лидерство и стиль руководства в менеджменте

*Изучаемые вопросы:*

1. Кто такой менеджер? Может ли организация существовать без менеджера? Каковы его роли в организации?
2. Каковы основные черты и общие характеристики, присущие современному менеджеру?
3. В чем заключается специфика деятельности менеджеров высшего, среднего и низшего звена? Какие типы менеджеров высшей квалификации в России вы знаете?
4. Что такое «власть» и «авторитет»? Какие формы власти вы знаете? Дайте их описание.
5. Сформулируйте определение лидерства. Какие существуют отличия лидера и менеджера? Какие функции выполняют лидеры?
6. Дайте определение стиля руководства. Приведите факторы формирования стиля руководства.
7. Какие подходы к изучению лидерства в организации вы знаете? Опишите подход с позиции лидерских качеств.
8. Дайте описание поведенческого подхода к стилю руководства. Приведите концепцию стилей руководства К. Левина, стилей руководства и лидерства Лайкерта и его коллег из университета шт. Огайо и Мичиганского университета.
9. Охарактеризуйте «решетку менеджмента» Р. Блейка и Д. Мутона.
10. Сформулируйте ситуационный подход к лидерству. Какие существуют ситуационные концепции лидерства? Дайте описание ситуационной модели Фидлера и теории жизненного цикла Поля Херсея, Кена Бланшарда.
11. Опишите модель лидерства «путь - цель» Хауза и Митчелла. Приведите основные положения ситуационной модели принятия решений Врума -Йеттона – Яго.
12. Реферат из предложенного перечня тем.

## Тема 7. Принятие и реализация управленческих решений

### *Изучаемые вопросы:*

1. Дайте определение понятий «управление», «решение». Определите место и роль управленческого решения в процессе управления.
2. Какие требования предъявляются к управленческим решениям? Обоснуйте.
3. Какие виды управленческих решений вы знаете?
4. Сформулируйте основные подходы к принятию решений.
5. Опишите процесс принятия рационального решения.
6. Каковы факторы и условия обеспечения качества и эффективности управленческих решений?
7. Сформулируйте основные положения научного подхода к принятию решений. Перечислите основные методы научного подхода.
8. Методы диагностики проблем и методы выявления альтернатив.
9. Охарактеризуйте методы выбора альтернатив в условиях определенности, риска и неопределенности.
10. Расскажите о методах реализации решений.
11. Реферат из предложенного перечня тем

## Тема 8. Социально-экономические основы маркетинга

### *Изучаемые вопросы*

1. Что такое маркетинг? Какова его роль в экономике?
2. Охарактеризуйте эволюцию взглядов на роль маркетинга в компании.
3. Когда, по вашему мнению, маркетинг появился в современной России? Какие обстоятельства способствуют развитию российского маркетинга? Что мешает интенсификации маркетинговых исследований в РФ?
4. В чем состоят основные принципы маркетинга и его основополагающие компоненты?
5. Расскажите о товарной, производственной, сбытовой концепциях управления. В чем их принципиальное отличие от маркетинговой концепции?
6. Всем ли компаниям нужно применять концепцию маркетинга? Какие компании нуждаются в ней больше всего? Почему некоторые организации переходят от концепции маркетинга к концепции социально-этичного маркетинга? В чем его сущность?
7. В чем заключается стратегия и тактика маркетинга? Какие преимущества получает производитель, разрабатывая стратегию и тактику поведения на рынке, и что приоритетнее при определении краткосрочной программы маркетинга?
8. Кто является субъектом маркетинга? Кто выполняет маркетинговые функции? Может ли отсутствие одного из субъектов маркетинга повлиять на достижение целей фирмы и почему?
9. Дайте определение и описание маркетинговых функций. Почему аналитическая функция является основой практического маркетинга?
10. Реферат из предложенного перечня тем.

## Тема 9. Технология маркетинговых исследований

### *Изучаемые вопросы*

1. Как устроена маркетинговая информационная система? В чем состоят достоинства и недостатки создания на фирме системы маркетинговой информации?
2. Что представляет собой система внутренней отчетности? Какие сведения в ней отражаются?

3. Каково предназначение системы маркетингового наблюдения? Какие меры необходимо предпринять, чтобы увеличить качество маркетинговых наблюдений?
4. Перечислите и опишите этапы (стадии) маркетинговых исследований. Почему необходимо в первую очередь четко определить проблему и сформулировать цели исследования?
5. В чем заключаются отличительные особенности первичной и вторичной информации при проведении маркетингового исследования? Какие методы и инструменты маркетинговых исследований используются для получения первичной информации?
6. После разработки плана составления выборки исследователь должен остановиться на конкретном способе контактов с аудиторией. Какие способы коммуникации он может использовать? В чем их преимущества и недостатки?
7. Дайте определение системы обеспечения маркетинговых решений (СОМР). В чем заключается принцип ее работы? Какие статистические методы, модели и методы оптимизации используются в СОМР?
8. Как информационные системы, маркетинговые исследования и системы обеспечения маркетинговых решений влияют на процесс принятия маркетинговых решений?
9. В чем заключается исследование рынка и исследование потенциальных возможностей фирмы? Как соотносятся между собой конкурентоспособность товара и конкурентоспособность фирмы?
10. Что такое рынок? Дайте характеристику таким видам рынка как потенциальный, доступный, обслуживаемый и рынок проникновения.
11. Рыночный спрос и спрос на продукт компании.
12. Оценка текущего спроса и оценка будущего спроса.
13. Реферат из предложенного перечня тем.

## Тема 10. Потребительский рынок и поведение покупателей

### *Изучаемые вопросы*

1. Что представляет собой модель поведения покупателей? Объясните, что является отправным пунктом понимания поведения покупателей? Какая возникает ответная реакция у покупателей?
2. Назовите факторы, определяющие поведение потребителя. Объясните, как культурные факторы (особенно культура, субкультура и принадлежность к определенному социальному классу) влияют на покупательское поведение?
3. Какие критерии разделения общества на классы существуют, и какие социальные классы им соответствуют? Охарактеризуйте основные социальные классы США и России, в чем их принципиальное отличие?
4. Что вы понимаете под референтными группами, какое влияние они оказывают на индивида?
5. Охарактеризуйте такое важнейшее социальное объединение потребителей - покупателей как семья. Приведите примеры традиционного разделения влияния супругов при покупке продуктов.
6. Дайте определение роли и статуса. Какие роли на протяжении жизни выполняет человек?
7. Какие личностные факторы влияют на решение покупателя?
8. Термин «мотивация». Какие концепции мотивации вы знаете?
9. Что такое потребность? Какие виды потребностей можно выделить? Изобразите процесс материализации потребностей на рынке.
10. Кто является покупателем на потребительском рынке? Классификация потребителей.
11. Как вы понимаете процессы восприятия, усвоения и убеждения?

12. Процесс покупки и поведение покупателей. Каким образом покупатель принимает решение о покупке и какие этапы при этом преодолевает? Какой может быть конечная судьба купленного товара?

13. Каковы особенности принятия решения о покупке товара-новинки?

14. Реферат из предложенного перечня тем.

#### Тема 11. Рынок. Сегментирование рынка. Позиционирование товара

##### *Изучаемые вопросы*

1. Как вы понимаете понятия «рынок», «рыночная система»? В чем заключается специфика рыночной системы?

2. Какие бывают рынки? Охарактеризуйте типы и виды рынков.

3. Что такое «емкость» рынка? Как она рассчитывается?

4. Какие три этапа развития концепций маркетинга можно выделить?

5. Что такое сегментирование рынка? В чем заключаются отличия между маркетингом сегмента, маркетингом ниши, маркетингом региона и индивидуальным маркетингом?

6. Охарактеризуйте этапы порядка проведения сегментирования рынка.

7. Какие признаки сегментации существуют? Назовите переменные, соответствующие каждому признаку. Приведите примеры. Какие критерии сегментации можно выделить?

8. Какие варианты охвата рынков существуют? Представьте их сравнительную характеристику. Как фирма выявляет наиболее выгодные для себя сегменты рынка?

9. В чем заключается позиционирование товара?

10. Реферат из предложенного перечня тем.

#### Тема 12. Товар в системе маркетинга. Жизненный цикл товара

##### *Изучаемые вопросы*

1. Что такое товар и каковы его характеристики? Как вы понимаете понятие «товарная единица»?

2. Какие пять уровней товара выделяют маркетологи? Дайте характеристику иерархии товаров.

3. Какие классификационные признаки и соответствующие им виды товаров существуют?

4. Дайте определение таким понятиям как «марка», «марочный знак», «марочное название», «товарный знак», «авторское право».

5. Чем стандартизированный товар отличается от дифференцированного товара? Приведите примеры.

6. Для чего необходима торговая марка? Какие решения относительно марочных обозначений принимает фирма-производитель?

7. Что такое упаковка товара, и какую роль она выполняет? Какие три слоя упаковки вы знаете? Какие решения необходимо принять для того, чтобы разработать эффективную упаковку?

8. Дайте определение понятиям «товарный ассортимент» и «широта товарного ассортимента». Как вы понимаете решение о наращивании товарного ассортимента вверх и наращивании вниз?

9. Что такое товарная номенклатура? Опишите товарную номенклатуру фирмы с точки зрения ее широты, насыщенности, глубины и гармоничности.

10. Что такое жизненный цикл товара? Представьте графическое изображение изменения объема продаж и прибыли на протяжении жизненного цикла товара. Какие этапы здесь можно выделить?

11. Какие разновидности кривых жизненного цикла товара вы знаете? Как стиль, мода и фетиш влияют на форму кривых? Чем внутренний отечественный жизненный цикл товара отличается от глобального?

12. Какие стратегии маркетинга используются на каждом этапе жизненного цикла товара?

13. Реферат из предложенного перечня тем.

### Тема 13. Цены и ценовая политика

#### *Изучаемые вопросы*

1. В чем сущность и роль цены? Классификация цен.

2. Когда возникает необходимость установления исходной цены? В чем заключается методика расчета исходной цены?

3. Какие цели может преследовать компания при постановке задач ценообразования?

4. Каким образом происходит определение спроса на товар? Что представляет собой кривая спроса, и какие методы оценки кривых спроса существуют?

5. Какие факторы влияют на чувствительность потребителя к цене? Спрос на какие товары является эластичным, а на какие – неэластичным?

6. Нижний уровень цены товара задают издержки компании. Что вы понимаете под издержками производства? Какие виды издержек существуют? Какая производительность является оптимальной?

7. Какие методы ценообразования используют фирмы?

8. Как влияют психология ценовосприятия, политика цен фирмы и реакция на предполагаемую цену со стороны других участников рыночной деятельности на установление окончательной цены?

9. В чем заключается стратегия «снятия сливок» и стратегия прочного внедрения на рынок?

10. Как происходит ценообразование по географическому признаку, со скидками и зачетами, в рамках товарной номенклатуры? Охарактеризуйте установление цен для стимулирования сбыта и установление дискриминационных цен.

11. Что может подтолкнуть компанию к снижению цен? Какие факторы вызывают повышение цен?

#### **Критерии оценки (в баллах) для очной формы обучения**

| Критерии оценивания   | Количество баллов |
|---|-------------------|
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины   | 5                 |
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; | 4                 |

|  |   |
|--|---|
| Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя. | 3 |
| Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.   | 2 |
| Вопрос не раскрыт  | 0 |

### Критерии оценки (в баллах) для заочной формы обучения

| Критерии оценивания  | Оценка              |
|--|---------------------|
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины  | Отлично             |
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа;  | Хорошо              |
| Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя. | Удовлетворительно   |
| Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.   | Неудовлетворительно |

### Темы докладов (эссе)

1. Проблематика менеджмента.
2. Принципы управления деловой организацией.
3. Практические предпосылки оформления концепции менеджмента.
4. Природа управления и исторические тенденции его развития. Условия и факторы возникновения менеджмента.
5. Формальное и неформальное управление: проблемы сочетания.
6. Жизненный цикл организации.
7. Бизнес-планирование в деловых организациях: цели, содержание разделов.
8. Роль миссии в современном менеджменте.
9. Тенденции развития структуры систем управления.
10. Основные черты матричной системы управления.
11. Типология организаций по взаимодействию с человеком.
12. Особенности мотивационного менеджмента.
13. Механизмы мотивации. Нравственные принципы мотивации.
14. Тенденции развития мотивации.
15. Системы стимулирования.



- 16.Современные системы мотивации производительности.
- 17.Организация и регулирование систем контроля.
- 18.Управленческий учет в менеджменте.
- 19.Типологические черты современного менеджера в России.
- 20.Информационная деятельность менеджера.
- 21.Новое в теориях лидерства: атрибутивное лидерство, харизматическое лидерство, преобразующее лидерство
- 22.Информационная среда управления.
- 23.Сущность коммуникаций. Процесс коммуникаций в менеджменте. Коммуникационные сети. Межличностные коммуникации в деловых организациях.
- 24.Современные системы информационного обеспечения управления.
- 25.Структурные методы управления конфликтом.
- 26.Переговоры в управлении конфликтом.
- 27.Признаки и истоки культуры управления.
- 28.Основные черты культуры менеджмента. Роль этики менеджмента.
- 29.Роль организационной культуры в использовании достижений НТП.
- 30.Маркетинговый подход в менеджменте на современном российском предприятии, в организации.
16. Планирование маркетинговой деятельности на предприятии.
17. Сегментирование рынка и учет специфики поведения потребителей.
18. Маркетинг товаров производственного назначения в России.
19. Маркетинг товаров конечного потребления в современной России.
20. Маркетинг услуг на современном российском рынке.
21. Маркетинг в финансовых, кредитных организациях.
22. Маркетинг в организации, на предприятии рыночной инфраструктуры.
23. Управление политикой ценообразования на предприятии в современных российских условиях.
24. Управление рекламной деятельностью в современных российских условиях.
25. Управление продвижением, сбытом и организацией продаж в современных российских условиях.
26. Эффективность маркетинговой деятельности: критерии, показатели, технологии расчета.
27. Управление организационными конфликтами по вопросам маркетинга.
28. Интернет-маркетинг: состояние и перспективы в России.
29. Маркетинг территории (страны, региона, муниципального образования).
30. Маркетинг идей, проектов, технологий на российском и зарубежных рынках.
31. Обеспечение конкурентоспособности России (российского региона) в современных условиях.
32. Маркетинговые принципы и технологии в ценовой политике на современном российском рынке.
33. Маркетинг в оптовой и розничной торговле в России.
34. Доминирующие маркетинговые стратегии в России.
35. Развитие маркетингового образования в России.
36. Разработка новых товаров. Процесс развития нового продукта.
37. Процесс принятия товара- новинки потребителем. Факторы, влияющие на процесс принятия инноваций.
38. Концепция жизненного цикла товара. Маркетинговая стратегия на этапах жизненного цикла товара.
39. Организация сбытовой сети. Конфликты в каналах распределения.
40. Личная продажа как форма коммуникационного комплекса.
41. Бенчмаркинг.
42. Вирусный маркетинг.

- 43. Кросс-маркетинг.
- 44. Мерчандайзинг.
- 45. Российская ассоциация маркетинга.
- 46. Сарафанное радио: маркетинг из уст в уста.
- 47. Сетевой маркетинг.
- 48. Создание бренда.
- 49. Франчайзинг.

Описание методики оценивания:

### Критерии оценки (в баллах) для очной формы обучения

| Критерии оценивания  | Количество баллов |
|--|-------------------|
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины  | 5                 |
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа;  | 4                 |
| Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя. | 3                 |
| Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.   | 2                 |
| Вопрос не раскрыт  | 0                 |

### Критерии оценки (в баллах) для заочной формы обучения

| Критерии оценивания  | Оценка            |
|--|-------------------|
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины  | Отлично           |
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа;  | Хорошо            |
| Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя. | Удовлетворительно |

|  |                     |
|--|---------------------|
| Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины. | Неудовлетворительно |
|--|---------------------|

### Вопросы для письменной работы

1. Значение менеджмента в системе социально-экономических категорий.
2. Развитие управленческой мысли до и на ранних стадиях капитализма.
3. Возникновение и эволюция менеджмента.
4. Современные проблемы управления.
5. Эффективность организаций. Пути повышения эффективности организаций.
6. Учет внешней и внутренней среды организации в управлении.
7. Основные стратегии, применяемые крупными компаниями.
8. Соотношение стратегии и тактики в менеджменте.
9. Планирование как важнейшая функция менеджмента.
10. Организационные структуры управления: направления развития и основные проблемы.
11. Мотивация в деятельности менеджмента.
12. Модели и методы мотивации в практике современных организаций.
13. Материальные и неэкономические способы мотивации.
14. Соотношение понятий потребностей, мотивов, мотивации, стимулов, вознаграждений, интересов и целей.
15. Эффективный контроль: этапы, формы, основные требования.
16. Руководитель: власть и личное влияние.
17. Природа руководства и лидерства: сущность, проблемы, противоречия.
18. Стили руководства.
19. Власть и способы ее реализации.
20. Моделирование ситуаций и процесс принятия управленческих решений.
21. Индивидуальные и коллективные управленческие решения: достоинства и недостатки.
22. Способы привлечения работников к принятию решения как средство повышения результативности управления.
23. Конфликт как органическая составляющая жизни общества.
24. Стратегия и тактика разрешения конфликтов.
25. Система маркетинга в управлении фирмой.
26. Маркетинг промышленных товаров (на примере товара потребительского или производственного назначения). Маркетинг товаров новейшей технологии.
27. Роль НИОКР в создании нового товара.
28. Создание нового товара и маркетинговая деятельность.
29. Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность.
30. Конкурентоспособность товара и маркетинг.
31. Комплексное исследование рынка как исходная функция системы маркетинга (на примере конкретного рынка).
32. Информационное обеспечение комплексного исследования рынка (на примере конкретного рынка).
33. Методы выявления первичных источников информации.
34. Мотивационный анализ поведения покупателей.
35. Сегментация рынка.
36. Конкурентная борьба и основные методы изучения фирм-конкурентов.

37. Оценка производственно-сбытовых возможностей фирмы в маркетинговой деятельности.
38. Основные требования покупателей к товару в условиях современного «рынка покупателя».
39. Методы рыночного тестирования нового товара.
40. Разработка рыночной стратегии по конкретному товару
41. Разработка программы маркетинга по конкретному товару
42. Формирование ценовой политики в отношении конкретного товара.
43. Разработка сбытовой политики в отношении конкретного товара
44. Разработка политики товародвижения в маркетинговой деятельности.
45. Планирование рекламной кампании в отношении конкретного товара и оценка ее эффективности.
46. Разработка политики в области формирования спроса и стимулирования сбыта.
47. Организация маркетинговой деятельности фирмы.
48. Основные виды деятельности консультационных и маркетинговых фирм.
49. Использование ЭВМ в маркетинговой деятельности.
50. Маркетинг услуг.
51. Международный маркетинг.
52. Личные продажи как способ продвижения товара на рынок.
53. Наступательные и оборонительные маркетинговые стратегии.
54. Методы полевых (внекабинетных) исследований в маркетинге (на примере конкретного товара с составлением опросного листа).
55. Анализ возможностей фирмы при выборе целевого рынка (на конкретном примере).
56. Анализ конкурентоспособности товара при выборе целевого рынка (на конкретном примере).
57. Public relations (PR) в коммуникационной политике.
58. Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товара (товар, фирма и рынок — по выбору студента).
59. Прямой маркетинг в сбытовой политике фирмы.
60. Разработка оптимального ассортимента в товарной политике фирмы.
61. Упаковка товара и ее роль в товарной политике фирмы.

Пример контрольной письменной работы

Ответьте на вопросы:

1. Оценка производственно-сбытовых возможностей фирмы в маркетинговой деятельности.
2. Прямой маркетинг в сбытовой политике фирмы.
3. Жизненный цикл товара и маркетинговая деятельность.

Описание методики оценивания:

**Критерии оценки (в баллах) для очной формы обучения**

| Критерии оценивания   | Количество баллов |
|---|-------------------|
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины | 4                 |

|  |   |
|--|---|
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа;  | 3 |
| Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя. | 2 |
| Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.   | 1 |
| Вопрос не раскрыт  | 0 |

### Критерии оценки (в баллах) для заочной формы обучения

| Критерии оценивания  | Оценка              |
|--|---------------------|
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины  | Отлично             |
| Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа;  | Хорошо              |
| Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя. | Удовлетворительно   |
| Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.   | Неудовлетворительно |

### Тестовые задания

Пример заданий для тестового контроля уровня усвоения учебного материала

#### 1. Какие функции менеджмента являются основными?

- а) анализ, планирование, учет и контроль,
- б) поиск информации, передача информации, обработка информации, принятие решения,
- в) регламентирование, нормирование, распоряжение, контроль, организация обратной связи,
- г) планирование, организация, регламентирование, координация, мотивирование, контроль.

#### 2. Что является объектом управления?

- а) функции управления.
- б) управляемая система.
- в) совместная деятельность людей.
- г) проблема, которую надо решить.

#### 3. Менеджмент - это

- а) искусство,

- б) наука,
- в) искусство и наука,
- г) стратегия и тактика.

**4. В чем, по Вашему мнению, главное преимущество инновационного менеджмента?**

- а) создает благоприятную социально-психологическую атмосферу работы,
- б) способствует более четкой организации работы,
- в) мотивирует повышение образовательного и профессионального уровня персонала,
- г) обеспечивает развитие, создает конкурентные преимущества.

**5. Какое определение цели управления Вы сочтете наиболее корректным?**

- а) результат, на достижение которого направлено управление.
- б) видение будущего, которое желательно достичь.
- в) объективная тенденция развития организации.
- г) финансово-экономическое положение организации, определяющее ее стабильность и устойчивость.

**6. SWOT-анализ предусматривает выявление и подробное рассмотрение:**

- а) конкурентных преимуществ
- б) сильных и слабых сторон фирмы,
- в) благоприятных возможностей и угроз для бизнеса для бизнеса, сильных и слабых сторон фирмы,
- г) угроз для бизнеса и слабых сторон фирмы,

**7. Процесс разделения общего на части при разработке целей – это:**

- а) агрегирование,
- б) дезагрегирование,
- в) децентрализация,
- г) нет правильных ответов.

**8. Выберите роль менеджера в организации:**

- а) наблюдатель,
- б) проводник (передача информации, рассылка, звонки), связующее звено, распределитель ресурсов,
- в) глава (встреча гостей, проведение церемониальных мероприятий), лидер, предприниматель,
- г) все вышеперечисленное

**9. Противоборство, уклонение от конфликта, приспособление, компромисс, сотрудничество – как методы управления конфликтами - это:**

- а) организационно-структурные методы,
- б) административные методы,
- в) межличностные методы,
- г) экономические методы.

**10. Какой фактор является определяющим в организации эффективного контроля?**

- а) организация контроля,
- б) наличие показателей оценки степени достижения целей,
- в) использование результатов контроля в практическом регулировании управляемыми процессами,
- г) методология контроля — цели, критерии оценки, методы проведения.

**11. Маркетинг как комплексная система ориентирован на:**

- а) удовлетворение потребностей;
- б) получение прибыли и конкурентных преимуществ на основе исследований конъюнктуры рынка;
- в) разработку стратегии и тактики фирмы, ее маркетинговой политики и маркетинговой программы;
- г) все вышеперечисленное.

**12. Какая из концепций исходит из того, чтобы сделать товар максимально доступным:**

- а) производственная;

- б) товарная;
- в) сбытовая;
- г) рыночная;
- д) социально-этическая.

**13. Маркетинговая среда включает в себя:**

- а) макросреду;
- б) микросреду;
- в) мегасреду.

**14. Стратегия маркетинга - это:**

- а) формирование достижения целей и решения задач фирмы по каждому сегменту рынка и отдельному товару в соответствии с рыночной конъюнктурой;
- б) формирование и решение задач фирмы на каждом рынке и по товару в конкретный период;
- в) анализ ситуации, сложившейся на рынке;
- г) все вышеперечисленное.

**15. Маркетинговый план – это:**

- а) расширенный план отдела сбыта,
- б) интегрированный план всей экономической деятельности предприятия,
- в) все вышеперечисленное.

**16. Комплекс маркетинга - это:**

- а) поставщики, конкуренты, клиенты,
- б) функции службы маркетинга,
- в) комплекс маркетинговых мероприятий на рынке,
- г) товар, цена, средства распределения товара, место продажи.

**17. Система анализа маркетинговой информации включает в себя:**

- а) статистический банк данных;
- б) систему внутренней отчетности;
- в) банк моделей;
- г) систему сбора текущей внешней маркетинговой информации.

**18. Сегментация — это:**

- а) разделение потребителей на однородные группы;
  - б) определение места для своего товара в ряду аналогов.
- а) на фазе внедрения;
  - б) на фазе спада;
  - в) на фазе роста;
  - г) на фазе зрелости.

**19. Емкость рынка – это:**

- а) количество (стоимость) товаров, которое может поглотить рынок при определенных условиях за какой-то промежуток времени,
- б) предложение товаров,
- в) прогнозная совокупность производственных и потребительских сил, обуславливающих спрос и предложение.

**20. Что определяет цену (исключить неверное понятие):**

- а) жизненный цикл товара;
- б) спрос;
- в) конкуренция;
- г) качество;
- д) стратегия стимулирования;
- е) соотношение между качеством и ценой.

**21. Формальные организации – это:**

- а) зарегистрированные в установленном порядке организации;
- б) организации, не ведущие хозяйственной деятельности, направленной на получение прибыли;

- в) группа людей внутри организации, объединенная общими интересами и стремящихся к достижению единой цели;
- г) группа людей внутри организации, объединенных личными симпатиями и привязанностью.

**22. Управление организацией – это:**

- а) выдача четких распоряжений и приказов непосредственным исполнителям задания;
- б) обеспечение согласованных действий членов организации, направленных на достижение общей цели;
- в) неукоснительное выполнение исполнителями приказов и распоряжений вышестоящих начальников;
- г) верный вариант отсутствует.

**23. Стадии ранней зрелости организации свойственны:**

- а) координация стабильность, контроль;
- б) экспансия, дифференциация, диверсификация;
- в) замедление темпов роста;
- г) управление деятельным и профессионально подготовленным руководителем.

**24. Структуры организаций отличаются друг от друга:**

- а) сложностью, соотношением централизации и децентрализации, степенью формализации;
- б) размерами, сложностью, формализацией;
- в) соотношением централизации и децентрализации, количеством элементов, сложностью;
- г) размерами, соотношением централизации и децентрализации, количеством элементов.

**25. Общественные организации:**

- а) построены на основе личных симпатий, общих интересов;
- б) представляют собой союзы индивидуальных участников, объединенных социально значимой целью;
- в) основаны на коммерческой идее с целью получения прибыли;
- г) верный вариант отсутствует.

Критерии оценивания тестовых заданий для очной формы обучения

| Процент правильных ответов | Количество баллов |
|----------------------------|-------------------|
| 90-100 %                   | 5                 |
| 80-89%                     | 4                 |
| 71-80%                     | 3                 |
| 61-70%                     | 2                 |
| менее 50%                  | 1                 |

Критерии оценивания тестовых заданий для заочной формы обучения

| <i>Процент правильных ответов</i> | <i>Оценка</i>       |
|-----------------------------------|---------------------|
| 80-100 %                          | Отлично             |
| 60-79%                            | Хорошо              |
| 45-59%                            | Удовлетворительно   |
| Менее 45%                         | Неудовлетворительно |

**Примеры ситуационных задач (кейс)**

Маркетинг и рыночные позиции компании

Компания Kodak Norge, представитель американской ТНК в Норвегии, предлагает товары и услуги под маркой Kodak: различные виды фотопленки, фотооборудование, услуги по проявлению пленки и печатанию фотографий.



На рынке фотопродукции фирма занимает долю 50%, хотя в 60-х годах она владела 90% рынка. Главные конкуренты, потеснившие компанию, — шведские фирмы, на долю которых приходится 30% рынка услуг, предоставляемых фотоателье. Однако наиболее сильный конкурент сегодня — это компания Fuji, на долю которой приходится около трети рынка фотопродукции. Руководство Kodak Norge считает, что причиной потери прежних позиций на рынке была недостаточно быстрая реакция на изменившиеся потребности покупателей. Как Fuji, так и Kodak Norge уступают рыночные позиции компании Agfa в сфере фототоваров для профессионалов.

Что касается ценовой конкуренции, здесь выигрывают местные небольшие фирмы, которые, пользуясь тем, что цены на норвежском рынке на 15-20% выше, чем в других европейских странах, предоставляют покупателям разные виды скидок.

По данным маркетинговых исследований, средний покупатель фотопродукции — это фотолюбитель, покупающий этот товар в небольших магазинчиках при заправочных станциях, в гостиничных магазинах и во время посещения различных центров развлечений. Покупки делаются импульсивно, для удовлетворения только что возникшего желания. Руководящий состав Kodak Norge считает, что покупателя не особо интересует марка покупаемого изделия. Покупается та фотопродукция, которую можно легче и быстрее всего купить. Поэтому Kodak Norge стремится получить как можно больше места для выкладки в магазинах.

Маркетологи подразделяют покупателей фототоваров на розничных и оптовых, а также дистрибьюторов.

Наблюдение за тем, что приобретает отдельный покупатель, дает возможность выделить фотолюбителей, фотографов-полупрофессионалов и профессионалов.

Кроме того, необходимо большое внимание уделять удовлетворению спроса дистрибьюторов, прямому снабжению дилеров, занятых реализацией специализированной фотопродукции, а также снабжению дистрибьюторов через посредников. В этом отношении позиции компании Kodak сильнее, чем у Fuji, которая сбывает свой товар только через дилеров, реализующих специализированную фотопродукцию.

Маркетологи и менеджеры Kodak Norge для сбора информации о рынке используют как внутренние, так и внешние источники.

Основной акцент в анализе внешней информации делается на выявление владельцев фотооборудования, образ жизни и способ досуга потенциальных потребителей, а не на то, какие требования предъявляются индивидуальными покупателями к продукции.

Все компании, работающие на рынке фототоваров, убеждены, что кроме традиционных рыночных исследований, необходимо найти способ более полного выявления потребностей покупателей и их отношения к торговле данным товаром. Важно знать, каким образом покупатель выбирает фотопродукцию, и какие факторы влияют на его выбор, какова роль фотографии в жизни покупателя, что означает покупка для потребителя и каковы его требования к обслуживанию. Необходимы исследования конкурентов, чтобы использовать их преимущества. Только тогда повысится эффективность маркетинговых программ.

Менеджеры считают, что для эффективного планирования маркетинговых исследований следует выявить приоритетные направления, выбрать соответствующие методы сбора информации, наметить пути практического использования результатов анализа.

### **Вопросы и задания**

1. Какие объекты, методы и план маркетинговых исследований вы можете предложить компании?
2. Какие критерии сегментации и способ выбора целевого сегмента целесообразно использовать компании?
3. Какие каналы сбыта являются основными на данном рынке и каким образом компания может оказывать на них влияние?
4. Каковы конкурентные преимущества Kodak Norge и как их можно применить для позиционирования ее предложения?

## Критерии оценивания кейса

| Критерии   | Количество баллов |
|--|-------------------|
| Полнота ответа с использованием всей информации из описания ситуации | 1                 |
| Обоснованность   | 1                 |
| Умение оперировать терминами и понятиями                             | 1                 |
| Представленность нескольких точек зрения на проблему                 | 1                 |
| <b>Итого</b>   | <b>4</b>          |

### Критерии оценки (в баллах) для заочной формы обучения

| Критерии оценивания  | Оценка              |
|--|---------------------|
| Полное верное раскрытие вопроса в кейсе, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию  | Отлично             |
| Полное верное раскрытие вопроса, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа   | Хорошо              |
| Достаточно верное раскрытие вопроса, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя. | Удовлетворительно   |
| Неполно или непоследовательно раскрыто задание кейса, не показано общее понимание вопроса  | Неудовлетворительно |

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Основная литература:

- Сергеева, Е.А. Менеджмент и Маркетинг: учебное пособие / Е.А. Сергеева, А.С. Брысаев; Федеральное агентство по образованию, Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Казанский государственный технологический университет». - Казань: Издательство КНИТУ, 2010. - Ч. 1. Основы менеджмента. - 199 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7882-0834-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259050>
- Управление маркетингом : учебное пособие / ред. А.В. Коротков, И.М. Синяева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 463 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00883-X; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114556>

#### Дополнительная литература:

- Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / ред. Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. - 9-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086>
- Менеджмент: учебник / ред. М.М. Максимцов, М.А. Комаров. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015.-343 с.: табл., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02247-5; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115008>

5. Титова, В.А. Управление маркетингом: учебное пособие / В.А. Титова, М.Е. Цой, Е.В. Мамонова; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет. - 2-е изд., перераб. и доп. - Новосибирск : НГТУ, 2013. - 468 с. : табл., граф., схем., ил. - (Учебники НГТУ). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7782-2071-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436286>
6. Эриашвили, Н.Д. Книгоиздание. Менеджмент. Маркетинг: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 302 с. - ISBN 978-5-238-01485-2; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436699>

## 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

| №  | Наименование Интернет-ресурса  | Ссылка (URL) на Интернет ресурс  |
|----|--|--|
| 1. | Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации  | <a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a>                             |
| 2. | Справочная правовая система «КонсультантПлюс»  | <a href="http://www.consultant.ru">www.consultant.ru</a>               |
| 3. | Управление проектами   | <a href="http://www.projectmanagement.ru">www.projectmanagement.ru</a> |
| 4. | Официальный сайт Правительства Российской Федерации  | <a href="http://www.government.ru">www.government.ru</a>               |
| 5. | Официальный сайт Федеральной налоговой службы  | <a href="http://www.nalog.ru">www.nalog.ru</a>                         |
| 6. | Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации  | <a href="http://www.minfin.ru">www.minfin.ru</a>                       |
| 7. | Административно-управленческий портал (для руководителей, менеджеров, маркетологов, финансистов и экономистов предприятий) | <a href="http://www.aup.ru">www.aup.ru</a>                             |
| 8. | Официальный сайт информационного агентства Cbonds  | <a href="http://www.cbonds.ru">www.cbonds.ru</a>                       |
| 9. | Интернет-сервер «АКДИ Экономика и жизнь»   | <a href="http://www.akdi.ru">www.akdi.ru</a>                           |

Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем:

- База данных периодических изданий на платформе EastView: «Вестники Московского университета», «Издания по общественным и гуманитарным наукам» - <https://dlib.eastview.com/>
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://window.edu.ru>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru - <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
- Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru/>
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <https://biblioclub.ru/>
- Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» – <https://elib.bashedu.ru/>
- Электронная библиотечная система издательства «Лань» – <https://e.lanbook.com/>
- Электронный каталог Библиотеки БашГУ – <http://www.bashlib.ru/catalogi>

9. Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press) - <https://archive.neicon.ru/xmlui/>
10. Издательство «Annual Reviews» - <https://www.annualreviews.org/>
11. Издательство «Taylor&Francis» - <https://www.tandfonline.com/>
12. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
13. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
14. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные
15. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle)

**6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

| <b>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</b>   | <b>Вид занятий</b>   |
|--|--|
| <b>1</b>   | <b>2</b>   |
| <p><b>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b><br/> лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p> <p><b>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b><br/> лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла</p> | <p><b>лаборатория социально-экономического моделирования № 107:</b><br/> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 18 шт.</p> <p><b>лаборатория анализа данных № 108:</b><br/> учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт.</p> <p><b>аудитория № 110:</b><br/> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 111:</b><br/> учебная мебель, доска, телевизор led.</p> <p><b>аудитория № 114:</b><br/> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 115:</b><br/> учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.)</p> <p><b>аудитория №118:</b><br/> учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге</p> <p><b>аудитория № 122:</b><br/> учебная мебель, доска.</p> <p><b>аудитория № 204:</b><br/> учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.</p> <p><b>аудитория № 207:</b></p> |

Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

**3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:** лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

**4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:** лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

учебная мебель, доска, телевизор led tcl.  
**аудитория № 208:**  
учебная мебель, доска, телевизор led tcl.  
**аудитория № 209:**  
учебная мебель, доска.  
**аудитория № 210:**  
учебная мебель, доска.  
**аудитория № 212:**  
учебная мебель, доска, проектор infocus.  
**аудитория № 213:**  
учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio.  
**аудитория № 218:**  
учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus.  
**аудитория № 220:**  
учебная мебель, доска.  
**аудитория № 221**  
учебная мебель, доска.  
**аудитория № 222**  
учебная мебель, доска.  
**аудитория № 301**  
учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.  
**аудитория № 302**  
учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок itu.  
**аудитория № 305**  
учебная мебель, доска, проектор infocus.  
**аудитория № 307**  
учебная мебель, доска.  
**аудитория № 308**  
учебная мебель, доска.  
**аудитория № 309**  
учебная мебель, доска.  
**лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а**  
учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.  
**лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в**  
учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 itu corp 510 – 14 шт.  
**аудитория № 312**  
учебная мебель, доска.

|   |  |
|---|--|
| <p><b>5. помещения для самостоятельной работы:</b> аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).</p> <p><b>6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:</b> аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)</p> |  |
|---|--|