


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ИСТОРИИ И ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол № 9 от «23» апреля 2020г.

Зав. кафедрой  / Гатауллин Р.Ф.

Согласовано:
Председатель УМК института

 / Р.А. Гильмутдинова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Маркетинг в системе принятия государственных и муниципальных решений

Дисциплина по выбору

Программа магистратуры

Направление подготовки

38.04.04 Государственное и муниципальное управление

Профиль подготовки

Стратегическое государственное управление

Квалификация
магистр

Разработчик (составитель)
к. э. н. доцент

 А.Ф. Самигуллина

Дата приема: 2020

Уфа 2020 г.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры государственного управления протокол № 9 от «23» апреля 2020 г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры государственного управления протокол № __ от «__» ____ 201_ г.

Заведующий кафедрой _____ / Р.Ф. Гатауллин /

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

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О./

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

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О./

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	6
3 Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4 Фонд оценочных средств по дисциплине	6
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	6
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	13
4.3 Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)	23
5 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	23
5.1 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	23
5.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	23
6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	24

**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	Знать: методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; Знать: методы диагностики, анализа и решения проблем региональной экономики; Знать: методы принятия и реализации управленческих решений; Знать: методы проблемной диагностики в сфере социально-экономического развития	ПК-5: владение современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике	
	Знать: надежные источники информации для анализа процессов управления; методы анализа социальных систем; Знать: методы оценки качества информации в системе государственного и муниципального управления; Знать: методы использования информации в системе принятия управленческих решений	ПК-13: способность критически оценивать информацию и конструктивно принимать решение на основе анализа и синтеза	
	Знать: теоретические основы современной инноватики; Знать: инновационные технологии в сфере современного государственного и муниципального управления; Знать: технологии генерирования инновационных идей и использования латерального мышления в их реализации	ПК-15: способность выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации	
Умения	Уметь: использовать методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; Уметь: использовать методы диагностики, анализа и ре-	ПК-5: владение современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на	

	<p>шения проблем региональной экономики использовать методы принятия и реализации управленческих решений; Уметь: использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии решений в системе государственного и муниципального управления</p>	<p>практике</p>	
	<p>Уметь: критически оценивать информацию и конструктивно принимать управленческие решения в системе государственного и муниципального управления на основе анализа и синтеза; Уметь: использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии конструктивных управленческих решений</p>	<p>ПК-13: способность критически оценивать информацию и конструктивно принимать решение на основе анализа и синтеза</p>	
	<p>Уметь: выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в сфере государственного и муниципального управления; использовать инновационные методы разработки и принятия управленческих решений</p>	<p>ПК-15: способность выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации</p>	
<p>Владения (навыки/опыт деятельности).</p>	<p>Владеть: методами принятия и реализации управленческих решений, в том числе стратегических решений; методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; Владеть: методами проблемной диагностики и причинно – следственного анализа при принятии управленческих решений</p>	<p>ПК-5: владение современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике</p>	
	<p>Владеть: навыками поиска и аналитической обработки информации; Владеть: навыками оценки и анализа управленческой информации; Владеть: способностью ис-</p>	<p>ПК-13: способность критически оценивать информацию и конструктивно принимать решение на основе анализа и синтеза</p>	

	пользования информации для принятия стратегических государственных решений		
	Владеть: методами генерирования инновационных идей и нестандартных способов их реализации; Владеть: инновационными методами принятия стратегических государственных и муниципальных решений	ПК-15: способность выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в системе принятия государственных и муниципальных решений» относится к дисциплине по выбору в образовательной программе.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 -м семестре.

Цели освоения дисциплины (модуля): заключаются в формировании у будущих специалистов социально-экономических маркетинговой деятельности, рассмотрении роли маркетинга в сфере государственного и муниципального управления, изучение основного инструментария маркетинга, получение и анализ маркетинговой информации для принятия управленческих решений.

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и навыках, сформированных в результате освоения студентами предшествующих дисциплин образовательной программы по направлению подготовки 38.04.04 – «Государственное и муниципальное управление» профиля «Муниципальное управление».

Для освоения дисциплины «Маркетинг в системе принятия государственных и муниципальных решений» необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: «Принятие управленческих решений», «Управленческий анализ». Полученные знания, навыки и умения используются при прохождении преддипломной практики и в ходе выполнения выпускной квалификационной работы.

Эти дисциплины направлены на формирование компетенций ПК – 5, ПК – 13, ПК - 15.

3 Содержание рабочей программы (объём дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно – методологическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся).

Содержание рабочей программы представлено в Приложении А.

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

ПК-5: владение современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике.

Этап (уро-	Планируемые	Критерии оценивания результатов обучения
------------	-------------	--

вень) освоения компетенции	результаты обучения (показатели заданного уровня освоения компетенций)	2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методы диагностики, анализа и решения проблем региональной экономики; методы принятия и реализации управленческих решений; методы проблемной диагностики в сфере социально-экономического развития	Не знает	Демонстрирует частичное знание методов диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методов диагностики, анализа и решения проблем региональной экономики; методов принятия и реализации управленческих решений; методов проблемной диагностики в сфере социально-экономического развития	Демонстрирует знание методов диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методов диагностики, анализа и решения проблем региональной экономики; методов принятия и реализации управленческих решений; методов проблемной диагностики в сфере социально-экономического развития, но допускает незначительные ошибки	Знает в полном объеме методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методы диагностики, анализа и решения проблем региональной экономики; методы принятия и реализации управленческих решений; методы проблемной диагностики в сфере социально-экономического развития
Второй этап (уровень)	Уметь: использовать методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; использовать методы диагностики, анализа и решения проблем ре-	Не умеет	Умеет применять методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методы диагностики, анализа и решения проблем региональной	Умеет применять методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методы диагностики, анализа и реше-	Умеет в полном объеме использовать методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; использовать методы диагно-

	<p>гиональной экономики; использовать методы принятия и реализации управленческих решений; использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии решений в системе государственного и муниципального управления</p>		<p>экономики; методы принятия и реализации управленческих решений; использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии решений в системе государственного и муниципального управления, но не умеет обосновать их выбор</p>	<p>региональной экономики; методы принятия и реализации управленческих решений; использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии решений в системе государственного и муниципального управления, но некорректно обосновывает их объективность</p>	<p>лиза и решения проблем региональной экономики; использовать методы принятия и реализации управленческих решений; использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии решений в системе государственного и муниципального управления</p>
<p>Третий этап (уровень)</p>	<p>Владеть: методами принятия и реализации управленческих решений, в том числе стратегических решений; методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методами проблемной диагностики и причинно – следственного анализа при принятии управленческих решений</p>	<p>Не владеет</p>	<p>Частично владеет методами принятия и реализации управленческих решений, в том числе стратегических решений; методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методами проблемной диагностики и причинно – следственного анализа при принятии управленческих решений</p>	<p>Владеет методами принятия и реализации управленческих решений, в том числе стратегических решений; методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методами проблемной диагностики и причинно – следственного анализа при принятии управленческих решений, но без</p>	<p>Свободно владеет методами принятия и реализации управленческих решений, в том числе стратегических решений; методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем; методами проблемной диагностики и причинно – следственного анализа при принятии управленческих решений</p>

				научного обоснования	
--	--	--	--	----------------------	--

ПК-13: способность критически оценивать информацию и конструктивно принимать решение на основе анализа и синтеза.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: надежные источники информации для анализа процессов управления; методы анализа социальных систем; методы оценки качества информации в системе государственного и муниципального управления; методы использования информации в системе принятия управленческих решений	Не знает	Демонстрирует частичное знание надежных источников информации для анализа процессов управления; методов анализа социальных систем; методов оценки качества информации в системе государственного и муниципального управления; методов использования информации в системе принятия управленческих решений	Демонстрирует знание надежных источников информации для анализа процессов управления; методов анализа социальных систем; методов оценки качества информации в системе государственного и муниципального управления; методов использования информации в системе принятия управленческих решений, но допускает незначительные ошибки	Знает в полном объеме надежные источники информации для анализа процессов управления; методы анализа социальных систем; методы оценки качества информации в системе государственного и муниципального управления; методы использования информации в системе принятия управленческих решений
Второй этап (уровень)	Уметь: критически оценивать информацию и конструктивно при-	Не умеет	Частично умеет критически оценивать информацию и кон-	Умеет критически оценивать информацию и кон-	Способен в полном объеме критически оценивать информацию и

	<p>нимать управленческие решения в системе государственного и муниципального управления на основе анализа и синтеза; использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии конструктивных управленческих решений</p>		<p>структивно принимать управленческие решения в системе государственного и муниципального управления на основе анализа и синтеза; использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии конструктивных управленческих решений</p>	<p>структивно принимать управленческие решения в системе государственного и муниципального управления на основе анализа и синтеза; использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии конструктивных управленческих решений, но некорректно обосновывает их объективность</p>	<p>конструктивно принимать управленческие решения в системе государственного и муниципального управления на основе анализа и синтеза; использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии конструктивных управленческих решений</p>
<p>Третий этап (уровень)</p>	<p>Владеть: навыками поиска и аналитической обработки информации; навыками оценки и анализа управленческой информации; способностью использования информации для принятия стратегических государственных решений</p>	<p>Не владеет</p>	<p>Частично владеет навыками поиска и аналитической обработки информации; навыками оценки и анализа управленческой информации; способностью использования информации для принятия стратегических государственных решений</p>	<p>Владеет навыками поиска и аналитической обработки информации; навыками оценки и анализа управленческой информации; способностью использования информации для принятия стратегических государственных</p>	<p>Свободно владеет навыками поиска и аналитической обработки информации; навыками оценки и анализа управленческой информации; способностью использования информации для принятия стратегических государственных решений</p>

				венных решений, но без научного обоснования	
--	--	--	--	---	--

ПК-15: способность выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Неудовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: теоретические основы современной инноватики; инновационные технологии в сфере современного государственного и муниципального управления; технологии генерирования инновационных идей и использования латерального мышления в их реализации	Не знает	Демонстрирует частичное знание теоретических основ современной инноватики; инновационных технологий в сфере современного государственного и муниципального управления; технологий генерирования инновационных идей и использования латерального мышления в их реализации	Демонстрирует знание теоретических основ современной инноватики; инновационных технологий в сфере современного государственного и муниципального управления; технологий генерирования инновационных идей и использования латерального мышления в их реализации, но не может обосновать их целесообразность	Знает в полном объеме теоретические основы современной инноватики; инновационные технологии в сфере современного государственного и муниципального управления; технологии генерирования инновационных идей и использования латерального мышления в их реализации
Второй этап (уровень)	Уметь: выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в	Не умеет	Частично умеет выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы	Умеет выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы	Способен выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации

	сфере государственного и муниципального управления; использовать инновационные методы разработки и принятия управленческих решений		к их реализации в сфере государственного и муниципального управления; использовать инновационные методы разработки и принятия управленческих решений	к их реализации в сфере государственного и муниципального управления; использовать инновационные методы разработки и принятия управленческих решений, но некорректно обосновывают их объективность	лизации в сфере государственного и муниципального управления; использовать инновационные методы разработки и принятия управленческих решений
Третий этап (уровень)	Владеть: методами генерирования инновационных идей и нестандартных способов их реализации; инновационными методами принятия стратегических государственных и муниципальных решений	Не владеет	Частично владеет методами генерирования инновационных идей и нестандартных способов их реализации; инновационными методами принятия стратегических государственных и муниципальных решений	Владеет методами генерирования инновационных идей и нестандартных способов их реализации; инновационными методами принятия стратегических государственных и муниципальных решений, но без научного обоснования	Свободно владеет методами генерирования инновационных идей и нестандартных способов их реализации; инновационными методами принятия стратегических государственных и муниципальных решений

4.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) 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	Результаты обучения	Компетенции	Оценочные средства
-------	---------------------	-------------	--------------------

освоения			
1 – й этап Знания	<p>методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем;</p> <p>методы диагностики, анализа и решения проблем региональной экономики;</p> <p>методы принятия и реализации управленческих решений;</p> <p>методы проблемной диагностики в сфере социально-экономического развития</p>	<p>ПК-5: владение современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике</p>	<p>Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача, экзамен.</p>
	<p>надежные источники информации для анализа процессов управления;</p> <p>методы анализа социальных систем;</p> <p>методы оценки качества информации в системе государственного и муниципального управления;</p> <p>методы использования информации в системе принятия управленческих решений</p>	<p>ПК-13: способность критически оценивать информацию и конструктивно принимать решение на основе анализа и синтеза</p>	<p>Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.</p>
	<p>теоретические основы современной инноватики;</p> <p>инновационные технологии в сфере современного государственного и муниципального управления;</p> <p>технологии генерирования инновационных идей и использования латерального мышления в их реализации</p>	<p>ПК-15: способность выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации.</p>	<p>Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.</p>
2 –й этап Умения	<p>использовать методы диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем;</p> <p>использовать методы диагностики, анализа и решения проблем региональной экономики;</p> <p>использовать методы</p>	<p>ПК-5: владение современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике</p>	<p>Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.</p>

	<p>принятия и реализации управленческих решений;</p> <p>использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии решений в системе государственного и муниципального управления</p>		
	<p>критически оценивать информацию и конструктивно принимать управленческие решения в системе государственного и муниципального управления на основе анализа и синтеза;</p> <p>использовать современные информационно-аналитические технологии при принятии конструктивных управленческих решений</p>	ПК-13: способность критически оценивать информацию и конструктивно принимать решение на основе анализа и синтеза	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.
	<p>выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в сфере государственного и муниципального управления;</p> <p>использовать инновационные методы разработки и принятия управленческих решений</p>	ПК-15: способность выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации.	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.
3 –й этап Владения	<p>методами принятия и реализации управленческих решений, в том числе стратегических решений;</p> <p>методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем;</p> <p>методами проблемной диагностики и причинно – следственного анализа при принятии управленческих решений</p>	ПК-5: владение современными методами диагностики, анализа и решения социально-экономических проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.
	<p>навыками поиска и аналитической обработки информации;</p> <p>навыками оценки и ана-</p>	ПК-13: способность критически оценивать информацию и конструктивно принимать решение на	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.

	лиза управленческой информации; способностью использования информации для принятия стратегических государственных решений	основе анализа и синтеза	
	методами генерирования инновационных идей и нестандартных способов их реализации; инновационными методами принятия стратегических государственных и муниципальных решений	ПК-15: способность выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации.	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.

Тестирование.

При изучении дисциплины используются тестовые задания закрытого типа. Каждое тестовое задание включает вопрос и 4 варианта ответов к нему. Тестирование выполняется в письменной форме.

Необходимо выбрать один ответ из предложенных вариантов.

1. Определения маркетинга ...

- а) государственное управление производством и торговлей;
- б) деятельность, направленная на удовлетворение потребностей;
- в) финансовый и экономический потенциал предприятия;
- г) концепция управления, ориентированная на рынок, на потребителя;
- д) комплекс функций по организации рекламных кампаний;
- е) комплекс действий по исследованию рынка.

2. Комплекс маркетинга территории включает...

- а) управление предприятием;
- б) выбор условий реализации товара;
- в) распределение, продвижение;
- г) территориальный продукт, цена;
- д) анализ данных о спросе на товары.

3. Исходные идеи маркетинга ...

- а) товар, сделка, рынок;
- б) культура, демография, обмен;
- в) уровень дохода, классовая принадлежность, товар;
- г) нужда, потребность, спрос;
- д) мотивация, поведение личности, рынок.

4. Что входит в понятие комплекс маркетинга территорий?

- а) территориальный продукт и его цена;
- б) организация маркетинговой деятельности в управлении территорией;
- с) территориальный продукт, его цена, локализация и продвижение территориально продукта.

5. Что такое территориальный маркетинг?

- а) это маркетинг, присущий данной территории и базирующийся на ее специфических чертах, особенностях;
- б) это международный маркетинг, маркетинг во внешней торговле;
- в) это маркетинг в интересах территории и территориальных субъектов, осуществляемый как в ее пределах, так и за ее пределами.

6. Основными субъектами территориального маркетинга являются:

- а) территориальные органы власти и управления;
- б) все категории жителей данной территории;
- в) инвесторы.

8. Основными объектами территориального маркетинга являются:

- а) жители данной территории;
- б) органы власти;
- в) коммерческие и некоммерческие организации;
- г) частные лица.

9. Развитие муниципального маркетинга невозможно без:

- а) маркетинга имиджа;
- б) маркетинга достопримечательностей;
- в) маркетинга инфраструктуры;
- г) маркетинга населения;
- д) все перечисленное;
- е) нет правильного ответа.

10. Примером внутренних конкурентных преимуществ являются:

- а) низкая арендная плата за помещения;
- б) наличие на территории уникальных видов природного сырья;
- в) низкая ставка налогов и сборов;
- г) особое место расположения территории.

11. Чем специфична маркетинговая стратегия развития инфраструктуры территории

- а) она ориентирована на развитие бизнес-процессов и повышение степени цивилизованности рыночных отношений на территории;
- б) она практически совпадает со стратегией повышения притягательности территории, но более четко структурирована изнутри;
- в) она сосредоточена на правовом, научно-консультационном и кадрово - организационном обеспечении бизнеса территории;
- г) она сосредоточивается на пропаганде выгод инвестиций, на территории.

12. С использованием, каких инструментов маркетинговых коммуникаций может осуществляться продвижение территории?

- а) реклама;
- б) персональные продажи;
- в) мероприятия, стимулирующие спрос;
- г) работа с общественностью;
- д) прямой маркетинг;
- е) все ответы верны.

13. Какое из приведенных ниже высказываний верно?

- а) позиционирование имеет смысл, если оно не связано с сегментацией рынка;

б) позиционирование имеет смысл только в том случае, если оно связано с сегментацией рынка.

14. Какие позиции необходимо учитывать при проведении сегментации в территориальном маркетинге:

- а) Что, как, кто;
- б) где, когда, откуда;
- в) что где, как;
- г) что, где, зачем.

15. План продвижения города представляет собой

- а) систему действий, которые выявляют и поддерживают конкурентные преимущества города, способные сохраняться длительное время;
- б) создание в городе и популяризацию за его пределами делового центра;
- в) привлечение в город новых частных фирм и поддержку деятельности существующих;
- г) сбор информации, создание банка данных, его постоянное обновление, направление потребностей по соответствующим каналам, подготовка решений, информирование аппарата управления и общественности.

16. Что такое имидж территории?

- а) сумма убеждений, представлений и впечатлений людей в отношении территории;
- б) преимущественно эмоциональные представления о стране, базирующиеся на собственном опыте и мнении других людей;
- в) совокупность значений международных рейтингов страны в политических, экономических и социальных отношениях;
- г) совокупность черт, популяризуемых страной в своих отношениях с другими странами.

17. Какое из определений наиболее правильно отражает маркетинговое понятие рынка?

- а) рынок – это население данной страны;
- б) рынок – это место нахождения потребителей со схожими потребностями;
- в) рынок – это средний объем реализации за истекшие 5 лет;
- г) рынок – это группа потребителей, которые покупают у нас товар.

18. Рыночное предложение – это:

- а) готовность производителей производить разное количество продукта по каждой цене из определенного диапазона цен в конкретный временной период;
- б) готовность производителя произвести и продать определенное количество товаров.

19. Перечислите условия эффективности сегментации:

- а) размер предприятия;
- б) измерение сегмента, его доступность и выгодность;
- в) применение статистических методов группировки.

20. Малому предприятию для завоевания рыночной ниши необходимо:

- а) выступить с уникальным товаром;
- б) дать заявку в плановый орган;
- в) выпустить товар, аналогичный товару конкурента.

Критерии и методика оценивания:

Один тестовый вопрос (25 вопросов).

- «Зачтено» выставляется студенту, если 15 ответов правильных;

- «Не зачтено» выставляется студенту, если 10 и более ответов неправильных.

Практическое задание.

Практическое задание - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических и практических вопросов, решение практических задач под руководством преподавателя.

Основной целью практического задания является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента.

Комплект разноуровневых практических заданий

Для самостоятельного освоения и / или расширения знаний, умений, владений предусмотрены несколько уровней практических заданий:

- базовый,
- повышенный,
- творческий.

Примерные задания базового уровня

Задание 1.

Малое предприятие «Веста» занимается розничной торговлей продуктами питания. «Веста» арендует помещение внутри жилого квартала, где располагается продовольственный магазин. Дела на предприятии идут не очень хорошо. Падает выручка, растут затраты. Не хватает продавцов. Сотрудники, работающие на предприятии, стараются увильнуть от работы, плохо обслуживают посетителей магазина, постоянно отлучаются с рабочего места. Вследствие этого товар на полках магазина залеживается и портится. Руководитель предприятия пытается найти выход из создавшегося положения и принимает решение об открытии новой торговой точки.

Объясните, есть ли ошибки в решении руководителя. Если ошибки есть, то в чем они заключаются. Какое решение было бы желательным для повышения эффективности работы предприятия. Какова должна быть технология принятия решения в данной ситуации. Какую информацию не использовал руководитель при принятии решения об открытии новой торговой точки. Какие критерии должен использовать руководитель при принятии данного решения.

Задание 2.

Используя маркетинговые инструменты, разработайте план продвижения на российский рынок какой – либо продукцией зарубежной компанией. Составьте и обоснуйте комплексный план действий.

Задание 3.

Какие элементы экономической, политической, правовой и культурной среды должна проанализировать компания до принятия решения об инвестировании в создание собственного предприятия за рубежом? Обоснуйте выбранные элементы среды.

Критерии оценки заданий базового уровня

Показатель оценки	Распределение баллов
Точность воспроизведения учебного материала (терминов, правил, фактов, описаний и т.д.)	1
Точность различения и выделения изученных материалов	1

Максимальный балл	2
-------------------	---

Примерные задания повышенного уровня

Задание 1.

Фирма «Apple» изменила конфигурацию экрана монитора и создала новое программное обеспечение, в результате компьютер стал более удобен для пользователей. Эта фирма успешно завоевала часть рынка, где ранее господствовала фирма «IBM». Проводя маркетинговые исследования, необходимо правильно разработать управленческое решение о наборе потребительских свойств выпускаемой продукции.

Задание 2.

Выделите маркетинговые аспекты стратегии локализации при разработке брендов товаров и услуг на потребительском рынке.

Критерии оценки заданий повышенного уровня

Показатель оценки	Распределение баллов
Способность к поиску и систематизации информации в профессиональной сфере	1
Наличие обоснованных выводов на основе интерпретации информации	1
Установление причинно-следственных связей, выявление закономерностей	1
Максимальный балл	3

Примерные задания творческого уровня

Задание 1.

Какие вы примете решения как руководитель предприятия, если:

а) продукция вашей фирмы не пользуется спросом у потребителей на обозначенном рынке;

б) цены на продукцию фирмы резко снизились;

в) поставщик отказался от поставок основного сырья для вашей продукции?

(Решения принимать по каждому пункту.)

Задание 2.

Вы менеджер по производству на фирме, выпускающей холодильники. Недавно вы узнали, что конкурирующая фирма придала своим холодильникам свойство, которого в ваших холодильниках нет, но оно окажет большое влияние на сбыт. Например, в холодильниках «NO FROST» теперь можно хранить продукты не только в вакуумной упаковке, но и обычные, не боясь их усыхания. На ежегодной специализированной выставке фирмы-конкурента будет офис для гостей, и на одном из приемов для своих дилеров глава фирмы расскажет им об этом новом свойстве холодильника и о том, каким образом это было достигнуто. Вы можете послать своего сотрудника на этот прием под видом нового дилера, чтобы узнать о нововведении.

Вопросы: Какое вы примете управленческое решение? Пойдете ли вы на такой шаг? Почему?

Критерии оценки заданий творческого уровня

Показатель оценки	Распределение баллов
Способность к поиску и систематизации информации в профессиональной сфере	1
Способность синтезировать новую информацию на основе	1

имеющихся данных	
Наличие обоснованных выводов на основе интерпретации информации	1
Установление причинно-следственных связей, выявление закономерностей	1
Максимальный балл	4

Задача.

Основной целью решения практических задач под руководством преподавателя является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента.

Вы – менеджер по маркетингу и хотите сделать выборочный опрос потребителей об их реакциях на товар конкурента. Для этого вы должны провести опрос якобы от лица несуществующего «Института маркетинга и конъюнктуры рынка».

Вопросы: Сделаете ли вы такой опрос? Почему? Какое вы примете управленческое решение?

Критерии и методика оценивания:

- «отлично» выставляется студенту, если составлен правильный алгоритм решения задачи в логическом рассуждении, получен верный ответ, задача решена рациональным способом, показано уверенное владение нормативной базой;

- «хорошо» выставляется студенту, если составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ, нет определенной логической последовательности, неточно используется специализированная терминология;

- «удовлетворительно» выставляется студенту, если в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе нормативной базы; задача решена не полностью или в общем виде;

- «неудовлетворительно» выставляется студенту, если задача решена неправильно.

Типовые материалы к экзамену

1. Предмет, цели и задачи учебной дисциплины «Маркетинг в системе принятия государственных и муниципальных решений».

2. Понятие «Маркетинг в системе принятия государственных и муниципальных решений».

3. Маркетинг в системе принятия государственных и муниципальных решений, как фактор государственного и муниципального управления.

4. Основные понятия, связанные с рынком: нужда, потребность, спрос, предложение, сделка, товар, рынок.

5. Понятие конъюнктуры рынка.

6. Факторы, воздействующие на рыночную конъюнктуру.

7. Классификационные признаки рынков. Виды рынков.

8. Сегмент рынка. Сегментация. Цель, объекты, виды и методы сегментирования.

9. Понятие рыночного окна и рыночной ниши. Понятия целевого рынка и рыночной ниши. Выбор целевого рынка и оптимальной рыночной ниши.

10. Признаки сегментирования. Критерии отбора сегментов.

Принципы, методы, этапы сегментирования. Этапы сегментирования. Выбор целевого

рынка.

11. Позиционирование товара на рынке.
12. Стратегии охвата рынка: массовый, дифференцированный, концентрированный, потребительский маркетинг.
13. Факторы, воздействующие на спрос. Эластичность спроса. Виды и возможные состояния спроса. Типы маркетинга в зависимости от состояния рыночного спроса.
14. Виды конкуренции. Понятие конкурентов и конкурентоспособности товара и фирмы на рынке.
15. Типы рынков по степени конкуренции.
16. Виды конкуренции. Измерение степени концентрации и агрессивности рынка.
17. Этапы процесса принятия решения о покупке. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение потребителей. Референтные группы.
18. Модель поведения покупателей. Характеристики покупателей на потребительском рынке.
19. Классификации покупателей по готовности к восприятию нового товара; по степени приверженности к товару.
20. Этапы процесса маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований.
21. Классификация маркетинговых исследований. Бенчмаркинг.
22. Методы маркетинговых исследований. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка.
23. Источники маркетинговой информации.
24. Имидж как конкурентный ресурс территории.
25. Брендинг территорий.
26. Значение индексов как комплексного интегративного показателя информации.
27. Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории.
28. SWOT: анализ положения и перспектив территории.
29. PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды
30. Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
31. Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории.
32. Роль и значение образования в программе продвижения территории.
33. Роль и значение рекламы в продвижении территории.
34. PR как инструмент продвижения.
35. Понятие, задачи и инструменты интернет - маркетинга в управлении продвижением территории.
36. Виды маркетинговых стратегий территории.
37. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга.
38. Маркетинг достопримечательностей как элемент привлечения потенциальных покупателей.
39. Маркетинг инфраструктуры как условие эффективного территориального маркетинга.
40. Маркетинг персонала как реализации территорией функции проживания.

Структура экзаменационного билета.

Экзаменационный билет состоит из 2 теоретических вопросов. Пример экзаменационного билета:

Примеры вопросов в экзаменационном билете:

МИНОБРНАУКИ РФ

Направление подготовки 38.04.04. «Государственное и муниципальное управление»

Дисциплина Маркетинг в системе принятия государственных и муниципальных решений

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

1. Предмет, цели и задачи учебной дисциплины «Маркетинг в системе принятия государственных и муниципальных решений».
2. Основные понятия, связанные с рынком: нужда, потребность, спрос, предложение, сделка, товар, рынок.

И. о. зав. кафедрой государственного управления

Р.Ф. Гатауллин

Критерии и методика оценивания:

- Отлично выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические 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. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;
- Хорошо выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;
- Удовлетворительно 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. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;
- Неудовлетворительно выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

4.3. Рейтинг – план дисциплины (при необходимости)

Модульно-рейтинговая система при ЗФО не применяется, поэтому рейтинг–план дисциплины не составляется.

5. Учебно – методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины **Основная литература**

1. Годин, А.М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А.М. Годин. - 12-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 656 с. : ил. - (Учебные издания

для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02540-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453262>(18.02.2019).

2. Нуралиев, С.У. Маркетинг : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 362 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02115-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453290>(18.02.2019).

Дополнительная учебная литература

1. Подъяблонская, Л.М. Актуальные проблемы государственных и муниципальных финансов : учебник / Л.М. Подъяблонская, Е.П. Подъяблонская. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 303 с. : ил. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02682-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447088> (18.02.2019).

2. Ким, С.А. Маркетинг : учебник / С.А. Ким. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 258 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02014-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084> (18.02.2019).

3. Синяева, И.М. Маркетинг услуг : учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. Л.П. Дашкова ; Финансовый университет при Правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 252 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02723-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142>(18.02.2019).

Периодические издания

Журналы:

1. Маркетинг в России и за рубежом
2. Диалог (журнал о директ-маркетинге)
3. Маркетинг и маркетинговые исследования в России.
4. Маркетинг и реклама
5. Маркетолог

Газеты:

1. Коммерсант
2. Российская газета

5.2 Перечень ресурсов информационно – телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения необходимого для освоения дисциплины дисциплины

1. Информационный сайт маркетинг: теория и практика – <http://www.4p.ru/main/theory/>

2. Энциклопедия маркетинга. Теория и практика. Маркетинговые исследования – <http://www.marketing.spb.ru/>

3. Новости рекламы и маркетинга <https://www.sostav.ru/>

4. Официальный сайт российской консалтинговой компании SMG: Маркетинг, брендинг, маркетинг территорий – <http://stasmarketing.ru/>

5. Информационный сайт «Все о рекламе в России» – <http://www.rwr.ru/>

6. Электронная библиотечная система БашГУ – <http://www.bashlib.ru/>

7. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» - <https://elib.bashedu.ru/>

8. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>

9. Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>

10. Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>

11. Windows 8 Russian;
12. Windows Professional 8 Russian Upgrade
13. MicrosoftOfficeStandard 2013 Russian
14. Правовая система «КонсультантПлюс» договор № 31807166766 от 11.12.2018 (срок действия договора с 01.01.2019 по 31.12.2019 включительно)

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

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p>1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 405 (гуманитарный корпус), аудитория № 521 (гуманитарный корпус) № 609 (гуманитарный корпус)</p> <p>2 . учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 405 (гуманитарный корпус), аудитория № 521 (гуманитарный корпус), аудитория № 609 (гуманитарный корпус)</p> <p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 521 (гуманитарный корпус).</p> <p>4. учебная аудитория для текущего</p>	<p>Лекции, практические занятия, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация</p>	<p align="center">Аудитория № 405</p> <p>Учебная мебель, доска, вокальные радиомикрофоны AKG WMS 40 – 2шт., Интер-ая система со встроенным короткофокусным проектором Promethean ActivBoard 387 RPO MOUNT EST -1 шт., Компьютер, встраиваемый в кафедру INTEL Core i3-4150/DDr3 4 Gb/HDD, Экран настенный Draper Luma AV(1:1) 96/96”244*244MV (XT1000E) -1 шт., Настольный интерактивный дисплей , ActivPanel 21S – 1 шт, Матричный коммутатор сигналов интерфейса HDMI SMPRO 4H4H – 1 шт. , Мультимедиа-проектор Panasonic PT-EW640E - 1 шт., Двухполосный настенный громкоговоритель 20Вт/100В цвет белый(MASK4T-W)(белый) -6 шт., Петличный радиомикрофон AKG WMS45 – 1 шт. Терминал видеоконференц - связи LifeSize Icon 600 Camera 10x Phone 2nd Generation – 1 шт., Экран настенный Draper Luma AV(1:1) 96/96”244*244MV (XT1000E) -1 шт.</p> <p align="center">Аудитория № 521</p> <p>Учебная мебель, доска, LED Телевизор TCLL55P6 USBLACK – 1 шт.</p> <p align="center">Аудитория № 609</p> <p>Учебная мебель, доска, мобильное оборудование.</p> <p align="center">Аудитория № 402</p> <p>Учебная мебель, доска, компьютеры – 5штук, стеллажи.</p> <p align="center">Аудитория № 613</p> <p>Учебная мебель, доска, моноблок стационарный – 15 шт.</p> <p align="center">Читальный зал</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт, принтер – 1 шт., сканер</p>

<p>контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 402 (компьютерный класс) (гуманитарный корпус).</p> <p>5. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 402 (компьютерный класс) (гуманитарный корпус), читальный зал, аудитория № 613 (гуманитарный корпус), читальный зал, библиотека.</p> <p>6. помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: кабинет № 523 (гуманитарный корпус).</p>		<p>– 1 шт.</p> <p>Библиотека Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 4 шт, сканер – 1 шт.</p> <p>Аудитория № 523 Шкаф-стеллаж – 4 шт., стол-1 шт., стул – 2 шт.</p> <p>Студентами используется следующее программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Windows 8 Russian. 2. Windows Professional 8 Russian Upgrade. 3. Microsoft Office Standard 2013 Russian 4. Правовая система «КонсультантПлюс» договор № 31807166766 от 11.12.2018 (срок действия договора с 01.01.2019 по 31.12.2019 включительно)
---	--	---

Приложение А.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ИСТОРИИ И ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Маркетинг в системе принятия государственных и муниципальных решений
на 1 курсе – ЗФО, во 2- м семестре

Заочная

форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4 ЗЕТ / 144 часов
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	21,2
лекций	4
практических/ семинарских	16
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)	115
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	7,8

Форма (ы) контроля:

Экзамен _____ 2 _____ семестр

№	Тема	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	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Понятие и сущность маркетинга в системе принятия государственных и муниципальных решений.	2	2	-	8	Основная литература: 1, 2. Дополнительная литература: 1-3.	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к экзамену	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.
2	Макро и микро сегментация в системе принятия государственных и муниципальных решений.	2	2	-	8	Основная литература: 1, 2. Дополнительная литература: 1-3.	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к экзамену	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.
3	Основные группы потребителей в системе принятия государственных и муниципальных решений.	-	2	-	12	Основная литература: 1, 2. Дополнительная литература: 1-3.	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к экзамену	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.
4.	Интернет - маркетинг в системе	-	2	-	25	Основная литература: 1, 2.	Самостоятельное изучение рекомендуемой	Тестирование, практическое

	принятия государственных и муниципальных решений.					Дополнительная литература: 1-3.	основной и дополнительной литературы, выполнение практической работы, подготовка к экзамену	задание, контрольная работа, задача.
5.	Сегментирование рынка.	-	4	-	30	Основная литература: 1, 2. Дополнительная литература: 1-3.	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к экзамену	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.
6.	Реклама и PR – технологии.	-	4	-	32	Основная литература: 1, 2. Дополнительная литература: 1-3.	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, подготовка к экзамену	Тестирование, практическое задание, контрольная работа, задача.
	Итого:	4	16	-	115			

