

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого»

Кафедра маркетинга и управления персоналом
Кафедра управления и делового администрирования



Г.И. Грекова
«30» 05 2017 г.

УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Учебный модуль по направлению подготовки
38.03.01 Экономика
профиль Бухгалтерский учёт, анализ и аудит
профиль Финансы и кредит

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

СОГЛАСОВАНО:
начальник УО,
к. э. н. доцент
«10» 05 2017 г.
А. Н. Макаревич

Заведующий кафедрой бухгалтерского
учета, анализа и аудита
«15» 05 2017 г.
М.В. Любимова

Заведующий кафедрой финансов и
статистики
«15» 05 2017 г.
Н.И. Гришаккина

РАЗРАБОТАЛ:
«11» 05 2017 г.
доцент И.С. Алексина
доцент Г.Я. Андреева

Принято на заседании кафедры:
Протокол № 10 от 11 мая 2017 г.
Заведующий кафедрой
«11» 05 2017 г.
М.М. Омаров

Принято на заседании кафедры:
Протокол № 9 от 12 мая 2017 г.
Заведующий кафедрой
«12» 05 2017 г.
Е.А. Бондаренко

1 Цели и задачи освоения учебного модуля

Конечная цель изучения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» - формирование у студентов умения востребовать и использовать его научное содержание в качестве методологического, теоретического и технологического средства разрешения междисциплинарных и профессиональных ситуаций, обоснования и выполнения целевых видов познавательной и профессиональной деятельности. Полученные студентами знания, навыки и умения должны способствовать обеспечению результативной профессиональной деятельности.

Задачи, обеспечивающие достижение цели:

- формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков в сфере общетеоретических вопросов науки управления, закономерностей, осуществления управленческой деятельности и возникающих во время этой деятельности отношений между людьми;
- воспитание у студентов потребности в использовании содержания учебного элемента названного выше учебного модуля и выработка целостной картины процесса решения профессиональных задач; системного мышления; умения видеть, как данный учебный элемент встроен в противоречивую систему интерактивных отношений и взаимодействий с другим элементом учебного модуля и другими модулями в ходе целостного решения профессиональных задач;
- стимулирование студентов к самостоятельной деятельности по освоению данного учебного элемента модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» и формированию необходимых компетенций;
- актуализация способности студентов применять накопленные по дисциплине знания при решении профессиональных проблем в реальных (смоделированных) условиях;
- стимулирование студентов к самостоятельной деятельности по освоению дисциплины и формированию необходимых компетенций.

2 Место учебного модуля в структуре ОП направления подготовки

Модуль «Управление внешней и внутренней средой организации» входит в вариативную часть 38.03.01 Экономика. Изучается студентами очной формы обучения в третьем семестре, студентами заочной формы обучения, профиль – Бухгалтерский учёт, анализ и аудит – в 3 и 4 семестрах. Данный модуль основывается на знаниях, приобретённых при изучении учебных модулей: «**Макроэкономика: основные школы и направления**» и «Макроэкономика и международные экономические отношения».

Знания, полученные в процессе изучения модуля используются при изучении следующих дисциплин направления подготовки 38.03.01 — «Экономика труда», «Теория бухгалтерского учёта», «Финансы», «Налоги и налогообложение», «Экономический анализ», «Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности», «Экономика инновационной

деятельности»; «Экономика организации», «Бухгалтерская (финансовая) отчётность», «Финансовый менеджмент», «Отраслевой экономический анализ», «Аудит»; **профиль «Финансы и кредит»** - «Экономика организации, в том числе курсовая работа», «Финансы организаций, в том числе курсовая работа», «Государственные финансы», «Финансовый менеджмент, в том числе курсовая работа», «Территориальные финансы», а также при прохождении учебной и производственной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

Знания, полученные в процессе изучения модуля используются при изучении следующих дисциплин направления подготовки 38.03.06 Торговое дело «Бухгалтерский учет и ценообразование в коммерческой деятельности», «Экономика организации (в т.ч. КР)», «Организация, технология и проектирование торговых предприятий», «Корпоративная социальная ответственность», «Организация коммерческой деятельности торговых предприятий», «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров», «Рекламная деятельность», «Оценка конкурентоспособности товаров и услуг», «Основы брендинга».

При изучении следующих дисциплин направления подготовки 38.03.0 Бизнес-информатика используются знания, полученные при изучение модуля «Управление внешней и внутренней средой организации».

3 Требования к результатам освоения учебного модуля

Процесс изучения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» направлен на формирование компетенций по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика» представленных в таблице 1.

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-5	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-4	Способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

Процесс изучения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» направлен на формирование компетенций по направлению подготовки 38.03.06 – «Торговое дело» представленных в таблице 2.

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-2	способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах
ОК-5	Способностью к самоорганизации и самообразованию
ПК-9	готовности анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.

Процесс изучения учебного модуля «Управление внешней и

внутренней средой организации» направлен на формирование компетенций по направлению подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика представленных в таблице 3.

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-6	Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК-2	Способность находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовность нести за них ответственность

Содержательное наполнение компетенций через показатели, демонстрация которых позволит принять решение о степени сформированности каждой из них, осуществляется в соответствии с документом «Паспорт компетенций» по направлению подготовки 38.03.01 – Экономика, 38.03.06 Торговое дело, 38.03.05 Бизнес-информатика.

В соответствии с содержанием образовательной программы по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.06 Торговое дело учебный модуль «Управление внешней и внутренней средой организации» осваивается на базовом уровне. Требования к результатам освоения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» представлены в таблице 2.

Таблица 4. - Требования к результатам освоения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Знать	Уметь	Владеть
ОК-5	Базовый	Важность групповой работы, организацию и условия использования групповой работы на основе процессов групповой динамики; необходимость толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при эффективной организации групповой работы	Может участвовать в групповой работе на всех её стадиях (постановке целей и задач, в организации и координации групповой работы, доведении её до конца); толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия участников групповой работы	Методами и приёмами активизации групповой работы с учётом конкретной ситуации
ОПК-4	Базовый	Методы анализа проблем в профессиональной	Анализировать и выявлять проблемы в	Практическими навыками нахождения и

		деятельности в организации, этапы разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений для разрешения проблем	профессиональной деятельности в организации, находить и реализовывать организационно-управленческие решения в практической деятельности для наиболее эффективного разрешения проблем в различных условиях	реализации организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в организации; готов нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения
--	--	--	---	---

Таблица 5. – Требования к результатам освоения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

Код компетенции	Уровень освоения компетенции	Знать	Уметь	Владеть
ОК-2	Базовый способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;	основные экономические понятия, законы и теории, показатели их классификации и способы определения	применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели	методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей
ОК-5	Базовый	теорию обучения (дидактики) и воспитания как механизмов развития и саморазвития личности	использовать результаты самообразования для решения профессиональных задач	осознанием необходимости самообразования на протяжении всей жизни
ПК-9	Базовый	стратегии организации	анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации эффективного разрешения проблем в различных условиях	навыками анализа, оценки и разработки стратегии организации

Таблица 6. - Требования к результатам освоения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

Код компетенции	Уровень освоения	Знать	Уметь	Владеть
-----------------	------------------	-------	-------	---------

тенции	компетенции			
ОК-6	Базовый	Важность групповой работы, организацию и условия использования групповой работы на основе процессов групп-повой динамики; необходимость толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия при эффективной организации групповой работы	Может участвовать в групповой работе на всех её стадиях (постановке целей и задач, в организации и координации групповой работы, доведении её до конца); толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия участников групповой работы	Методами и приёмами активизации групповой работы с учётом конкретной ситуации
ОПК-2	Базовый	Методы анализа проблем в профессиональной деятельности в организации, этапы разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений для разрешения проблем	Анализировать и выявлять проблемы в профессиональной деятельности в организации, находить и реализовывать организационно-управленческие решения в практической деятельности для наиболее эффективного разрешения проблем в различных условиях	Практическими навыками нахождения и реализации организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в организации; готов нести ответственность за принятые организационно-управленческие решения

4. Структура и содержание учебного модуля

4.1 Трудоемкость учебного модуля

Трудоемкость учебного модуля для студентов очной формы обучения представлена в таблице 7. Заочной формы обучения, профиль Бухгалтерский учёт, анализ и аудит – в таблице 6.

Таблица 7 - Трудоемкость учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». Очная форма обучения

Учебная работа (УР)	Всего в 3 семестре	Коды формируемых компетенций
Трудоёмкость модуля в зачётных единицах (ЗЕТ), в том числе экзамен	6 1	ОК-5, ОПК-4
1. Учебный элемент 1 «Основы менеджмента» в зачётных единицах (ЗЕТ)	3	ОК-5, ОПК-4
Распределение трудоёмкости учебного элемента 1 «Основы менеджмента» по видам УР в академических часах (АЧ):	45	
- лекции	18	
- практические занятия, в том числе аудиторная СРС	27	
- внеаудиторная СРС	9	
	45	
2. Учебный элемент 2 «Маркетинг» в зачётных единицах (ЗЕТ)	3	ОК-5, ОПК-4
Распределение трудоёмкости учебного элемента 2 «Основы маркетинга» по видам УР в академических часах (АЧ):	18	
- лекции	27	
- практические занятия, в том числе аудиторная СРС	9	
- внеаудиторная СРС	45	
Аттестация:		
- экзамен	36	

Таблица 8 - Трудоемкость учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». Заочная форма обучения, профиль Бухгалтерский учёт, анализ и аудит

Учебная работа (УР)	Всего	Семестр		Коды формируемых компетенций
		3	4	
Трудоёмкость модуля в	6			ОК-5, ОПК-4

зачётных единицах (ЗЕТ), в том числе экзамен	1			
1. Учебный элемент 1 «Основы менеджмента» в зачётных единицах (ЗЕТ)	3			ОК-5, ОПК-4
Распределение трудоёмкости учебного элемента 1 «Основы менеджмента» по видам УР в академических часах (АЧ): - лекции - практические занятия, - внеаудиторная СРС	3 6 80	1	2 6 80	
2. Учебный элемент 2 «Маркетинг» в зачётных единицах (ЗЕТ)	3			ОК-5, ОПК-4
Распределение трудоёмкости учебного элемента 2 «Маркетинг» по видам УР в академических часах (АЧ): - лекции - практические занятия, - внеаудиторная СРС	3 6 80	1	2 6 80	
Аттестация: - экзамен	36			

Трудовоемкость учебного модуля для студентов очной формы обучения направления подготовки 38.03.05 Бизнес-информатика представлена в таблице 10.

Таблица 10 - Трудовоемкость учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». Очная форма обучения

Учебная работа (УР)	Всего в 3 семестре	Коды формируемых компетенций
Трудовоемкость модуля в зачётных единицах (ЗЕТ), в том числе экзамен	6 1	ОК-5, ОПК-4
1. Учебный элемент 1 «Основы менеджмента» в зачётных единицах (ЗЕТ)	3	ОК-5, ОПК-2
Распределение трудоёмкости учебного элемента 1 «Основы менеджмента» по видам УР в академических часах (АЧ): - лекции - практические занятия,	45 18 27	

в том числе аудиторная СРС	9	
- внеаудиторная СРС	45	
2. Учебный элемент 2 «Маркетинг» в зачётных единицах (ЗЕТ)	3	ОК-5, ОПК-2
Распределение трудоемкости учебного элемента 2 «Маркетинг» по видам УР в академических часах (АЧ):		
- лекции	18	
- практические занятия, в том числе аудиторная СРС	27	
- внеаудиторная СРС	9	
	45	
Аттестация:		
- экзамен	36	

Трудоемкость учебного модуля для студентов очной формы обучения направления 38.03.06 Торговое дело представлена в таблице 11.

Таблица 11 - Трудоемкость учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». Очная форма обучения

Учебная работа (УР)	Всего	Семестр	Коды формируемых компетенций
		3	
Трудоемкость модуля в зачётных единицах (ЗЕТ), в том числе экзамен	6		ОК-2, ОК-5, ПК-9
	1		
1. Учебный элемент 1 «Основы менеджмента» в зачётных единицах (ЗЕТ)	3		ОК-2, ОК-5, ПК-9
Распределение трудоемкости учебного элемента 1 «Основы менеджмента» по видам УР в академических часах (АЧ):	45		

- лекции	18		
- практические занятия, в том числе аудиторная СРС	27		
	9		
- внеаудиторная СРС	45		
2. Учебный элемент 2 «Маркетинг» в зачётных единицах (ЗЕТ)	3		ОК-2, ОК-5, ПК-9
Распределение трудоемкости учебного элемента 2 «Маркетинг» по видам УР в академических часах (АЧ):			
- лекции	18		
- практические занятия, в том числе аудиторная СРС	27		
	9		
- внеаудиторная СРС	45		
Аттестация:			
- экзамен	36	+	

4.2 Содержание и структура учебного модуля

4.2.1 Содержание УЭМ1 «Основы менеджмента»

Введение в курс

Цель и задачи учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». Содержание и трудоемкость учебного элемента 1 модуля. Виды учебной работы по учебному элементу 1 модуля и отчетность по ним. Рекомендуемая литература и источники.

Тема 1. Предмет и место менеджмента в системе научных знаний

Предмет менеджмента и его место в общей теории управления. Содержание менеджмента. Цели и задачи менеджмента. Основные категории менеджмента. Взаимосвязь менеджмента с другими науками.

Менеджеры как профессиональные управляющие и требования к ним.

Тема 2 Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития

Условия и факторы возникновения и развития менеджмента. Этапы и школы в развитии менеджмента. Подходы к управлению: процессный, системный, ситуационный, комплексный. Современные тенденции развития менеджмента.

Тема 3 Организация как основной объект менеджмента

Понятие, элементы, характеристики и виды организаций. Место и содержание процесса управления в организации. Объекты и субъекты управления в организации. Внутренняя и внешняя среда организации. Адаптация организации к условиям внешней среды.

Тема 4 Функции менеджмента

Понятие функции менеджмента. Значение выделения функций для теории и практики менеджмента. Классификация функций менеджмента. Общие и конкретные функции менеджмента.

Тема 5 Планирование в системе менеджмента

Содержание, цели и задачи планирования. Виды внутрифирменного планирования.

Принципы и процесс планирования в организации.

Тема 6 Организация как функция менеджмента

Содержание функции организации. Этапы функции организации. Принципы осуществления функции организации. Построение организационных структур и делегирование полномочий как важные составные части функции организации. Понятие, элементы, характеристики и значение организационной структуры управления. Принципы и этапы построения организационных структур. Типы (виды) структур управления и условия их эффективного использования.

Делегирование в структурах системы менеджмента: содержание и роль в обеспечении взаимодействия. Виды организационных полномочий. Факторы успешного делегирования.

Тема 7 Мотивация деятельности в менеджменте

Мотивация как функция менеджмента. Общая характеристика мотивации и процесса мотивации. Понятия, связанные с мотивацией. Содержание и значение теорий мотивации, их сравнительная характеристика. Использование мотивационных механизмов в практике менеджмента. Методы и приёмы активизации групповой работы с учётом ситуации.

Тема 8 Координация и контроль в системе менеджмента

Координация как функция менеджмента. Основные способы (механизмы) координации. Контроль как функция менеджмента. Виды и формы контроля и регулирования. Структура контроля. Организация эффективного контроля.

Тема 9 Коммуникации в системе менеджмента

Коммуникации как связующий процесс в менеджменте. Понятие, значение и классификация коммуникаций. Цели коммуникации. Элементы и этапы процесса коммуникации. Типы результатов (эффект) коммуникации. Коммуникационные барьеры и их преодоление.

Тема 10 Организационно-управленческие решения в системе менеджмента

Понятие, значение и классификация организационно- управленческих решений в менеджменте. Требования к организационно-управленческим решениям. Факторы, влияющие на процесс принятия организационно-управленческих решений. Методы диагностики ситуации и анализа проблем. Этапы разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений в различных условиях. Возможные последствия организационно-управленческих решений и готовность руководителя нести ответственность за них.

Тема 11 Власть и лидерство в системе менеджмента

Властные отношения в системе менеджмента: сущность и роль в управлении.

Формы власти. Проблема интеграции власти и партнёрства в современном менеджменте. Понятие и роль лидерства в менеджменте. Менеджер-лидер как ключевая фигура в управлении организацией. Стил лидерства и элементы, его определяющие.

Тема 12 Динамика групп в системе менеджмента

Содержание понятия «малая группа». Виды малых формальных и неформальных групп в организации. Роль малой группы в поведении и деятельности человека. Организация деятельности малой формальной (рабочей) группы. Требования к участникам малой формальной (рабочей) группы. Необходимость толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия участников групповой работы.

Тема 13 Эффективность и качество менеджмента

Понятие эффективности, результативности, производительности и качества в менеджменте. Подходы к оценке и показатели эффективности менеджмента. Факторы и пути роста эффективности менеджмента в современных условиях.

4.2.2 Содержание УЭМ 2 «Основы маркетинга»

Тема 1 Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга

Понятийный аппарат и терминология маркетинга. Цели предприятия и маркетинга. Принципы и задачи маркетинга. Функции маркетинга. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс). Характеристика маркетингового

инструментария. Модели маркетинга. Маркетинговая среда и ее структура.

Тема 2 Концепции и стратегии маркетинга

Концепции маркетинга: производственная, товарная, коммерческая, традиционная, социальная, коммуникативная. Стратегии маркетинга. Виды маркетинговой стратегии: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.

Тема 3 Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система

Маркетинговая информация. Маркетинговая информационная система. Источники и носители маркетинговой информации. Маркетинговые исследования. Необходимость проведения маркетинговых исследований. Основные направления маркетинговых исследований. Принципы, цели и задачи маркетинговых исследований. Объект, предмет и проблема маркетингового исследования.

Тема 4 Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования

Опрос, элементы опроса. Виды и формы опроса. Письменный и устный опросы. Анкетирование. Эксперимент. Цель и задачи эксперимента. Группы экспериментов: «ЕВА», «ЕА-СА», «ЕВА-СВА» и «ЕА-ЕВА-СВА». Наблюдение. Особенности процесса наблюдения. Способы проведения наблюдения.

Тема 5 Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей

«Потребитель», «покупатель», «конечный потребитель», «организация (предприятие) - потребитель». Основные принципы формирования правильного представления о поведении потребителей.

Тема 6 Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе

Понятия «конкуренция», «конкурентная борьба», «методы конкурентной борьбы», «конкурентное преимущество», «изучение конкурентов». Составляющие концепции М.Портера. Характеристика конкурентных стратегий по М.Портеру.

Тема 7 Сегментация рынка и позиционирование товара

Сегментация. Необходимость проведения сегментации рынка. Методы сегментации рынка. Выбор целевого рынка. Понятие «позиционирование товара/услуги». Процедура позиционирования. Основные направления выбора критериев позиционирования.

Тема 8 Комплекс маркетинга: товар

Понятие «товар». Товарная политика, ее основные направления. Маркетинговое окружение товара. Мультиатрибутивная модель. Стратегические решения в товарной политике. Стратегия инновации товара: дифференциация и диверсификация.

Тема 9 Жизненный цикл товара

Концепция жизненного цикла товара. Разработка и внедрение нового товара на рынок. Этапы разработки нового товара. Процесс тестирования нового товара. Процесс вывода нового товара на рынок.

Тема 10 Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии

Сущность, цели и роль ценовой политики. Факторы ценообразования. Процесс ценообразования. Маркетинговые стратегии цен. Политика изменения текущих цен.

Тема 11 Комплекс маркетинга: распределение

Сбыт в системе маркетинга. Цели, задачи и основные элементы политики распределения. Каналы распределения. Организация сбыта. Вертикальная и горизонтальная маркетинговые системы распределения. Стратегии сбыта и условия их применения.

Тема 12 Комплекс маркетинга: продвижение

Реклама. Виды рекламы. Рекламные компании и их классификация. Выбор носителей рекламы. Мероприятия по стимулированию сбыта. Личные (персональные) продажи. Public relations. Коммуникативные стратегии.

Календарный план, наименование разделов учебного модуля с указанием трудоемкости по видам учебной работы представлены в технологической карте учебного модуля (приложение Б).

4.3 Организация изучения учебного модуля

Образовательный процесс по учебному модулю строится на основе комбинации следующих образовательных технологий.

Интегральную модель образовательного процесса по учебному модулю формируют технологии методологического уровня: модульно-рейтинговое, контекстное обучение, развивающее обучение.

Реализация данной модели предполагает использование следующих технологий стратегического уровня (задающих организационные формы взаимодействия субъектов образовательного процесса), осуществляемых с использованием определенных тактических процедур:

– лекционные (информационная лекция, информационно-проблемная

лекция, лекция-презентация);

– практические (работа в малых группах, анализ конкретных ситуаций, выполнение практикующих упражнений и др.);

– исследовательские (подготовка эссе, докладов-презентаций);

– самоуправления как самостоятельная работа студентов (работа с учебной литературой, нормативно правовыми источниками, выполнение домашних заданий).

Рекомендуется использование информационных технологий при организации коммуникации со студентами для представления информации, выдачи рекомендаций, контроля знаний и консультирования по оперативным вопросам (электронная почта), использование мультимедиа-средств при проведении лекционных занятий.

Формы проведения лекционно-практических занятий по модулю «Управление внешней и внутренней средой организации» представлены в таблице 5 (рекомендуемые).

Таблица 5 – Рекомендуемые формы проведения занятий по учебному модулю

Темы занятий	Форма проведения
Учебный элемент 1 «Основы менеджмента»	
Введение в учебный элемент 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»	Информационная лекция
Тема 1. Предмет и место менеджмента в системе научных знаний	Информационная лекция; групповые работы и обсуждения*
Тема 2. Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития	Лекция-презентация; анализ конкретных ситуаций, групповые работы и обсуждения*
Тема 3. Организация как основной объект менеджмента	Информационная лекция; выполнение практикующих упражнений, групповые работы и обсуждения*
Тема 4. Функции менеджмента	Информационно-проблемная лекция; выполнение практикующего упражнения, групповые работы и обсуждения*
Тема 5. Планирование в системе менеджмента	Информационная лекция с элементами

	лекции-презентации; выполнение практикующего упражнения, групповые работы и обсуждения*
Тема 6. Организация как функция менеджмента	Информационно-проблемная лекция с элементами лекции-презентации; выполнение практикующего упражнения, групповые работы и обсуждения*
Тема 7. Мотивация деятельности в менеджменте	Информационная лекция с элементами лекции-презентации; анализ конкретных ситуаций, групповые работы и обсуждения*
Тема 8. Координация и контроль в системе менеджмента	Информационно-проблемная лекция с элементами лекции-презентации; выполнение практикующего упражнения, групповые работы и обсуждения*
Тема 9. Коммуникации в системе менеджмента	Информационно-проблемная лекция с элементами лекции-презентации; анализ конкретной ситуации, групповые работы и обсуждения*
Тема 10. Управленческие решения в системе менеджмента	Информационно-проблемная лекция с элементами лекции-презентации; анализ конкретной ситуации, групповые работы и обсуждения*
Тема 11. Власть и лидерство в системе менеджмента	Информационно-проблемная лекция с элементами лекции-презентации; анализ конкретной ситуации, групповые работы и обсуждения*
Тема 12. Динамика групп в системе менеджмента	Информационно-проблемная лекция; анализ конкретной ситуации, групповые работы и обсуждения*
Тема 13. Эффективность и качество менеджмента	Информационно-проблемная лекция; анализ конкретных ситуаций, групповые работы и обсуждения*
Учебный элемент 2 «Основы маркетинга»	
Введение в учебный элемент 1 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»	Информационная лекция
Тема 1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	Вводная лекция; информационная лекция-презентация, анализ ситуаций и дискуссия
Тема 2. Концепции и стратегии маркетинга	Информационная лекция-презентация; лекция - дискуссия (работа в группах) и дискуссия по обсуждению результатов, решение ситуационных задач
Тема 3. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система	Информационная лекция-презентация; проблемная лекция, анализ ситуаций и дискуссия, работа в группах, решение ситуационных задач
Тема 4. Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования	Информационная лекция-презентация; лекция-консультация, анализ ситуаций и дискуссия, работа в группах

Тема 5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей	Информационная лекция-презентация; лекция-рассуждение; проблемная лекция, анализ ситуаций и дискуссия, работа в группах, решение ситуационных задач
Тема 6. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	Информационная лекция-презентация; лекция – рассуждение, работа в группах, решение ситуационных задач
Тема 7. Сегментация рынка и позиционирование товара	Информационная лекция-презентация; лекция – рассуждение, работа в группах, решение ситуационных задач
Тема 8. Комплекс маркетинга: товар	Информационная лекция-презентация; лекция-рассуждение; проблемная лекция, анализ ситуаций и дискуссия, работа в группах, решение ситуационных задач
Тема 9. Жизненный цикл товара	Информационная лекция-презентация; лекция – рассуждение, работа в группах, решение ситуационных задач
Тема 10. Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии	Информационная лекция-презентация; лекция-рассуждение; проблемная лекция, анализ ситуаций и дискуссия, работа в группах, решение ситуационных задач
Тема 11. Комплекс маркетинга: распределение	Информационная лекция-презентация; лекция-рассуждение; проблемная лекция, анализ ситуаций и дискуссия, работа в группах, решение ситуационных задач
Тема 12. Комплекс маркетинга: продвижение	Информационная лекция-презентация; лекция-рассуждение; проблемная лекция, анализ ситуаций и дискуссия, работа в группах, решение ситуационных задач

* Коллоквиум, доклад/сообщение с использованием презентации. Подробно смотреть пункт 4 приложения А «Методические рекомендации по практической части учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации».

Изучение учебного модуля предполагает как аудиторную (лекции и практические занятия), так и самостоятельную работу.

Формы проведения лекционных занятий по учебному элементу 1 «Основы менеджмента» проведены выше, в таблице 5.

Учебный материал, полученный студентами на лекциях, «закрепляется» и углубляется на практических занятиях. Практические занятия проводятся в разных формах: в виде коллоквиумов – в этом случае осуществляется ориентация на закрепление теоретического материала, полученного на лекциях, а также на приобретение дополнительных знаний и развитие самостоятельной исследовательской деятельности студентов; выполнения индивидуальных и групповых творческих заданий (практикующих упражнений) с последующим представлением в учебной группе результатов в виде сообщения-презентации; анализа конкретных ситуаций (кейс-стади) и др.

Для получения более глубоких и устойчивых знаний студентам рекомендуется изучать рекомендованную в данной рабочей программе литературу, нормативные правовые документы, периодические издания и электронные информационные ресурсы.

Образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебной работы по учебному модулю «Управление внешней и внутренней средой организации» предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

4.3 Организация изучения учебного модуля

Методические рекомендации по организации изучения УМ с учетом использования в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий даются в Приложении А.

5. Контроль и оценка качества освоения учебного модуля

Контроль качества освоения студентами учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» и его составляющих осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС), являющейся обязательной к использованию всеми структурными подразделениями университета.

Оценка качества освоения учебного модуля осуществляется с использованием фонда оценочных средств, разработанного для данного учебного модуля, по всем формам контроля. При этом использована оценочная шкала формируемых компетенций, содержащаяся в паспорте компетенций по ОП направления подготовки 38.03.01 – Экономика, 38.03.06 – Торговое дело. Оценочная шкала формируемых компетенций приведена в паспорте учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» направления подготовки 38.03.01 – Экономика, 38.03.06 – Торговое дело.

Содержание видов контроля и их график по учебному элементу 1 «Основы менеджмента» учебному элементу 2 «Основы маркетинга» отражены в технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

Для оценки качества освоения модуля используются формы контроля: текущий – регулярно в течение всего семестра; рубежный – на девятой неделе семестра; семестровый – по окончании изучения УМ в форме экзамена.

По положительным результатам семестровой аттестации студенту зачитывается трудоемкость УМ в зачетных единицах и выставляются баллы рейтинга и оценка по шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно».

Перевод баллов рейтинга в традиционную систему оценок осуществляется по шкале:

- отлично – (90-100)% от 50хТ или 45-50 баллов для Т=1 ЗЕ;
- хорошо – (70-89)% от 50хТ или 35-44 баллов для Т=1 ЗЕ;
- удовлетворительно – (50-69)% от 50хТ или 25-34 баллов для Т=1 ЗЕ;
- неудовлетворительно – менее 50% от 50хТ или менее 25 б. для Т=1 ЗЕ.

К экзамену не допускается студент, не набравший минимально допустимого количества баллов при прохождении тем курса (125 баллов из 250 возможных). К моменту окончания изучения студентами учебного модуля суммы баллов должны соответствовать следующим критериям (табл. 3):

- оценка «отлично» 90% -100% – 270 – 300 баллов.
- оценка «хорошо» 75% - 89% – 210 – 269 баллов.
- «оценка «удовлетворительно» 50% - 74% – 150 – 209 баллов.
- оценка «неудовлетворительно» – менее 150 баллов (менее 50%)

Таблица 3 - Критерии оценки качества освоения студентами учебного модуля

Критерий	В рамках формируемых компетенций студент демонстрирует
Неудовлетворительно	отсутствует знание и понимание теоретического содержания УМ; несформированность большей части практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, очень низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, ниже минимального); отсутствует мотивация к обучению.
Удовлетворительно	знание и понимание теоретического содержания УМ с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения заданий (не выполнены, либо оценены числом баллов, близким к минимальному); низкий уровень мотивации к обучению.
Хорошо	полное знание и понимание теоретического содержания УМ; недостаточность в обосновании отдельных собственных суждений, не оказывающая значительного влияния на формирование практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; достаточное качество выполнения всех предусмотренных заданий; средний уровень мотивации к обучению.
Отлично	полное знание и понимание теоретического содержания УМ, без пробелов; обоснование собственных суждений с учетом сформированных необходимых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях; высокое качество

выполнения всех предусмотренных заданий; высокий уровень мотивации к обучению.
--

Содержание видов контроля и их график отражены в технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля

Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» отражено в Карте учебно-методического обеспечения (Приложение В).

7. Материально-техническое обеспечение учебного модуля

Студенты обеспечены доступом к современным профессиональным базам данных, информационно-справочной системе «Косультант+» для выполнения различных видов заданий по учебному модулю.

При освоении учебного модуля рекомендуется использовать аудитории, оборудованные мультимедийными средствами для проведения теоретических занятий (лекций) и компьютерного класса, также оборудованного мультимедийными средствами для проведения практических занятий.

Приложения (обязательные):

А – Методические рекомендации по организации изучения учебного модуля

Б – Технологическая карта

В – Карта учебно-методического обеспечения УМ

Г – Демонстрационный вариант оценочных средств

Д – Лист внесения изменений

Приложение А
МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОГО
МОДУЛЯ «УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»

1. Общие рекомендации для организации учебного процесса при освоении учебного модуля

Рабочая программа учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» предусматривает использование в учебном процессе определенного набора образовательных технологий при организации теоретического обучения и практических занятий с целью повышения эффективности процесса формирования предусмотренных в программе знаний, умений и навыков студентов.

Учебный элемент 1 «Основы менеджмента» и учебный элемент 2 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» сочетают теоретико-информационный и практический характер с преобладанием первого. Изучение данного учебного модуля студентами очной формы обучения осуществляется на втором году обучения, в третьем семестре, студентами заочной формы обучения профиля – бухгалтерский учёт, анализ и аудит – в третьем и четвёртом семестрах, второй год обучения. В связи с этим, студенты имеют недостаточный (не большой) образовательный ресурс. Учебный элемент 1 «Основы менеджмента» и учебный элемент 2 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» в некоторой степени опираются на знания и умения студентов, полученные при изучении учебных модулей «Микроэкономика: основные школы и направления» и «Макроэкономика и международные экономические отношения», на первом курсе, соответственно – в первом и втором семестрах. Остальные взаимосвязанные модули изучаются параллельно или после данного учебного модуля («Управление внешней и внутренней средой организации»).

Учебный модуль «Управление внешней и внутренней средой организации» направлен на формирование профессиональных компетенций. Спектр образовательных технологий, используемых для лекционных и практических занятий, рекомендуется соотносить с содержанием учебного модуля и накопленными студентами знаниями, навыками и умениями к моменту начала изучения данного учебного модуля.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО бакалавриата направления подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.05 Бизнес-информатика, 38.03.06 Торговое дело, образовательный процесс необходимо построить с учетом интенсивного использования интерактивных занятий со студентами, повышающих их активность во время освоения учебного материала. Удельный вес интерактивных средств во время освоения модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» не должен быть менее 40 % от общего количества аудиторных занятий со студентами (если иное не предусмотрено ФГОС ВО направления подготовки).

Использование разнообразных интерактивных технологий обучения является логическим продолжением общей образовательной стратегии учебного модуля, суть которой выражается в комплексном действии трех основных методов обучения: модульно-рейтинговое, проблемное и развивающее обучение.

Модульно-рейтинговое обучение при разработке модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» выразилось в следующих аспектах:

- содержание учебного элемента 1 сформировано из 13 взаимосвязанных, углубляющих и дополняющих друг друга тем, на освоение каждой из которых выделяется определенное количество академических часов;
- в процессе освоения учебного модуля студенты (в результате участия в интерактивных формах обучения, выполнения самостоятельных заданий), имеют возможность увеличивать и самостоятельно регулировать уровень знаний, умений и навыков, тем самым могут повышать или понижать свой рейтинг в освоении дисциплины.

Рейтинговая оценка индивидуальных заданий, эссе, участия в коллоквиумах, подготовка докладов, сообщений-презентаций, выполненных контрольных работ и прочих форм самостоятельной работы студента по модулю «Управление внешней и внутренней средой организации» содержится в Технологической карте учебного элемента 1 модуля (Приложение Б).

2. Методические рекомендации по организации освоения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

Содержание и принципы организации освоения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» построены исходя из ориентации на результат обучения и тесно связаны с формированием знаний, умений и навыков, обозначенных в пяти профессиональных компетенциях (см. п. 3 данной рабочей программы).

В таблице А1 представлена общая рекомендуемая логика организации процесса освоения учебного элемента 1 модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». В таблице А2 представлена общая рекомендуемая логика организации процесса освоения учебного элемента 2 модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». В первой графе содержатся результаты освоения учебного модуля в виде конкретных показателей формируемых компетенций, соответствующие базовому уровню освоения модуля. Во второй графе указываются темы тех лекционных и практических занятий, которые позволят сформировать соответствующую компетенцию. В третьей графе обозначены рекомендуемые способы достижения результатов, необходимые для этого образовательные технологии, средства контроля и оценки.

Таблица А 1.1 - Логика организации освоения учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для направления 38.03.01 Экономика

Результаты освоения учебного модуля	Содержание учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней среды организации» (темы, дидактические единицы)	Технологии организации учебного процесса и контроля знаний
ОК-5 Знает: Важность групповой работы, организацию и условия использования групповой работы на основе процессов групповой динамики; необходимость толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Умеет: может участвовать в групповой работе на всех её стадиях (постановке целей и задач, в организации и координации групповой работы, доведении её до конца); толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Владеет: методами и приёмами активизации групповой работы с учётом ситуации	Темы: 7, 12; частично темы: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 13	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
ОПК-4 Знает: методы анализа проблем в профессиональной деятельности в организации, этапы разработки, принятия и реализации организационно-управленческих	Тема: 10, частично темы: 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим

решений для разрешения проблем Умеет: анализировать и выявлять проблемы в профессиональной деятельности в организации, находить и реализовывать организационно-управленческие решения в практической деятельности для наиболее эффективного разрешения проблем в различных ситуациях Владеет: практическими навыками нахождения и реализации организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в организации; готов нести ответственность за организационно-управленческие решения		групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
---	--	---

Таблица А 2.1 - Логика организации освоения учебного элемента 2 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для направления 38.03.01 Экономика

Результаты освоения учебного модуля	Содержание учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней среды организации» (темы, дидактические единицы)	Технологии организации учебного процесса и контроля знаний
ОК-5 Знает: Важность групповой работы, организацию и условия использования групповой работы на основе процессов групповой динамики; необходимость	Темы: 3, 4, 5, 6,	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в

толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Умеет: может участвовать в групповой работе на всех её стадиях (постановке целей и задач, в организации и координации групповой работы, доведении её до конца); толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Владеет: методами и приёмами активизации групповой работы с учётом ситуации		малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
ОПК-4 Знает: методы анализа проблем в профессиональной деятельности в организации, этапы разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений для разрешения проблем Умеет: анализировать и выявлять проблемы в профессиональной деятельности в организации, находить и реализовывать организационно-управленческие решения в практической деятельности для наиболее эффективного разрешения проблем в различных ситуациях Владеет: практическими навыками нахождения и реализации	Тема: 1,2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,10, 11,12	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа

организационно- -управленческих решений в профессиональной деятельности в организации; готов нести ответственность за организационно- -управленческие решения		
--	--	--

Таблица А 1.2 - Логика организации освоения учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для направления 38.03.06 Торговое дело

Результаты освоения учебного модуля	Содержание учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней среды организации» (темы, дидактические единицы)	Технологии организации учебного процесса и контроля знаний
ОК-2 Знать: основные экономические понятия, законы и теории, показатели их классификации и способы определения Уметь: применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели Владеть: методами экономической теории, умениями расчета экономических показателей	Все темы	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
ОК-5 Знать: теорию обучения (дидактики) и воспитания как механизмов развития и саморазвития личности Уметь: использовать Результаты самообразования для решения профессиональных задач Владеть: осознанием необходимости самообразования в протяжении всей жизни	Все темы	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
ПК-9 Знать: стратегии организации Уметь: анализировать, оценивать и разрабатывать	частично темы:	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим

стратегии организации Владеть: навыками анализа, с и разработки стратегии органи		занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
---	--	---

Таблица А 2.2 - Логика организации освоения учебного элемента 2 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для направления 38.03.06 Торговое дело

Результаты освоения учебного модуля	Содержание учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней среды организации» (темы, дидактические единицы)	Технологии организации учебного процесса и контроля знаний
ОК-2 Знать: основные экономические понятия, законы и теории, показатели их классификации и способы определения Уметь: применять экономические термины, законы и теории, определять экономические показатели Владеть: методами экономического анализа, умениями расчета экономических показателей	Все темы	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
ОК-5 Знать: теорию обучения (дидактики) и воспитания как механизмов развития и саморазвития личности Уметь: использовать Результаты самообразования для решения профессиональных задач Владеть: осознанием необходимости самообразования на протяжении всей жизни	Все темы	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
ПК-9 Знать: стратегии организации Уметь: анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	Темы: 2, 4, 6, 8, 10, 11, 12	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение

Владеть: навыками анализа, с и разработки стратегии органи		практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
---	--	--

Таблица А 1.3 - Логика организации освоения учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для направления 38.03.0 Бизнес-информатика

Результаты освоения учебного модуля	Содержание учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней среды организации» (темы, дидактические единицы)	Технологии организации учебного процесса и контроля знаний
ОК-5 Знает: Важность групповой работы, организацию и условия использования групповой работы на основе процессов групповой динамики; необходимость толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Умеет: может участвовать в групповой работе на всех её стадиях (постановке целей и задач, в организации и координации групповой работы, доведении её до конца); толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Владеет: методами и приёмами активизации групповой работы с учётом ситуации	Темы: 7, 12; частично темы: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 13	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
ОПК-2 Знает: методы анализа проблем в	Тема: 10, частично темы: 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации,

профессиональной деятельности в организации, этапы разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений для разрешения проблем Умеет: анализировать и выявлять проблемы в профессиональной деятельности в организации, находить и реализовывать организационно-управленческие решения в практической деятельности для наиболее эффективного разрешения проблем в различных ситуациях Владеет: практическими навыками нахождения и реализации организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в организации; готов нести ответственность за организационно-управленческие решения		подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
--	--	--

Таблица А 2.3 - Логика организации освоения учебного элемента 2 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для направления 38.03.01 Бизнес-информатика

Результаты освоения учебного модуля	Содержание учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней среды организации» (темы, дидактические единицы)	Технологии организации учебного процесса и контроля знаний
ОК-5 Знает:	Темы: 3, 4, 5, 6,	Информационные лекции, информационно-проблемные

Важность групповой работы, организацию и условия использования групповой работы на основе процессов групповой динамики; необходимость толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Умеет: может участвовать в групповой работе на всех её стадиях (постановке целей и задач, в организации и координации групповой работы, доведении её до конца); толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия Владеет: методами и приёмами активизации групповой работы с учётом ситуации		лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа
ОПК-2 Знает: методы анализа проблем в профессиональной деятельности в организации, этапы разработки, принятия и реализации организационно-управленческих решений для разрешения проблем Умеет: анализировать и выявлять проблемы в профессиональной деятельности в организации, находить и реализовывать организационно-управленческие решения в практической деятельности для	Тема: 1,2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,10, 11,12	Информационные лекции, информационно-проблемные лекции, лекции-презентации, подготовка к практическим занятиям, выполнение практикующих упражнений (творческих заданий), эссе, доклады, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), работа в малых группах с последующим групповым обсуждением с использованием презентаций, контрольная работа

наиболее эффективного разрешения проблем в различных ситуациях Владеет: практическими навыками нахождения и реализации организационно-управленческих решений в профессиональной деятельности в организации; готов нести ответственность за организационно-управленческие решения		
---	--	--

3. Методические рекомендации по теоретической части модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

3.1. Рекомендуемые типы лекционных занятий

Тематическая программа лекционного блока включает наиболее сложные для самостоятельного освоения студентами проблемы менеджмента. Лекционный материал в рамках учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» сформирован в виде использования следующих образовательных технологий:

- ✓ информационная лекция;
- ✓ информационно-проблемная лекция;
- ✓ лекция-презентация.

При освоении большинства тем рекомендуется сочетание разных форм лекций, т. е.

сочетание элементов информационной, информационно-проблемной лекций и лекции-презентации.

Информационная лекция

Информационная лекция используется при изучении таких тем учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управления внешней и внутренней средой организации», которые требуют создания ориентировочной базы для организации последующих интерактивных способов обучения и усвоения необходимого материала. В ходе информационной лекции студентам предполагается изложить необходимые сведения по теме, которые подлежат запоминанию и осмыслению, а также дальнейшему использованию во время подготовки к практическим занятиям.

Информационную лекцию рекомендуется использовать при освещении

основных положений теории менеджмента и базовых профессиональных понятий, а также небольшого по объему и не сложного для освоения теоретического материала. При освоении учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» информационную лекцию рекомендуется использовать при получении информации об изучаемом учебном элементе - «Введение в учебный элемент 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» и освоении следующих тем:

Тема 1 - Предмет и место менеджмента в системе научных знаний

Тема 3 – Организация как основной объект менеджмента.

Тема 5 – Планирование в системе менеджмента

Тема 7 – Мотивация деятельности в менеджменте

При освоении следующих тем учебного элемента 2 модуля:

Тема 1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.

Тема 2. Концепции и стратегии маркетинга

Тема 3. Понятие и сущность маркетинговых исследований.

Маркетинговая информационная система.

Информационно-проблемная лекция

Использование в занятиях лекционного типа проблемного обучения ставит целью увеличить способы активного постижения учебного материала, что позволяет в итоге повысить мотивацию обучения студентов. В такого рода лекциях используется принцип проблемности, что позволяет стимулировать студентов к активной познавательной деятельности. Использование проблемной лекции при освоении учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организацией» рекомендуется в преподавании такого учебного материала, по которому имеются различные точки зрения, а также вопросы, не имеющие однозначного решения.

Использование элементов проблемной лекции рекомендуется при освоении следующих тем учебного элемента 1 модуля:

Тема 4 - Функции менеджмента – при изложении разных подходов к составу и классификации функций управления.

Тема 6 - Организация как функция менеджмента – в части эффективного распределения полномочий.

Тема 8 - Координация и контроль в системе менеджмента – в части эффективной организации координации и контроля в организации.

Тема 9 – Коммуникации в системе менеджмента – в части обеспечения эффективного осуществления коммуникаций в организации.

Тема 10 – Управленческие решения в системе менеджмента – в части оценки вариантов управленческих решений.

Тема 11 - Власть и лидерство в управлении – в части классификации форм власти и трактовки подходов к содержанию лидерства.

Тема 12 - Динамика групп в менеджменте – в части эффективной организации работы малых групп.

Тема 13 - Эффективность и качество менеджмента – при изложении существующих подходов и показателей оценки эффективности менеджмента.

Использование элементов проблемной лекции рекомендуется при освоении следующих тем учебного элемента 2 модуля:

Тема 5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей.

Тема 6. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.

Тема 7. Сегментация рынка и позиционирование товара.

Тема 8. Комплекс маркетинга: товар.

Тема 9. Жизненный цикл товара.

Тема 10. Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии.

Тема 11. Комплекс маркетинга: распределение.

Тема 12. Комплекс маркетинга: продвижение.

Лекция-презентация

Темы учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации», которые информационно насыщены и содержат множество теоретических положений, рекомендуется преподавать с помощью лекции-презентации, позволяющей активно использовать различные схемы, таблицы, позволяющие скомпоновать и наглядно представить сложный теоретический материал на слайдах. С помощью информационных технологий и мультимедийного оборудования существует возможность применять в процессе обучения графические, схематические и иные способы организации учебного материала и тем самым увеличить возможности образовательного эффекта. Кроме того, лекция-презентация предоставляет возможность наглядно продемонстрировать излагаемые теоретические позиции.

Проведение лекции-презентации рекомендуется при освоении темы 2 учебного элемента 1 модуля – Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития. Кроме того элементы лекции-презентации рекомендуется использовать при изучении следующих тем учебного элемента 1 модуля:

Тема 5 – Планирование в системе менеджмента – при освещении видов внутрифирменного планирования, принципов и этапов планирования

Тема 6 - Организация как функция менеджмента – при освещении типов структур управления, концепций делегирования, видов полномочий и факторов успешного делегирования полномочий

Тема 7. Мотивация деятельности в менеджменте – в части теорий мотивации

Тема 8. Координация и контроль в управлении – в части механизмов (способов) координации, видов и структуры контроля

Тема 9. Коммуникации в системе менеджмента - в части элементов и этапов коммуникационного процесса, классификации коммуникаций

Тема 10. Управленческие решения в системе менеджмента – в части

видов управленческих решений, требований к ним, алгоритма разработки и реализации управленческих решений

Тема 11 - Власть и лидерство в управлении – в части представления форм власти и стилей управления.

Проведение лекции-презентации рекомендуется при освоении тем учебного модуля 2:

Тема 1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.

Тема 2. Концепции и стратегии маркетинга

Тема 3. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система.

Тема 4. Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования.

Тема 5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей.

Тема 6. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.

Тема 7. Сегментация рынка и позиционирование товара.

Тема 8. Комплекс маркетинга: товар.

Тема 9. Жизненный цикл товара.

Тема 10. Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии.

Тема 11. Комплекс маркетинга: распределение.

Тема 12. Комплекс маркетинга: продвижение.

4. Методические рекомендации по практической части модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

4.1. Рекомендуемые формы практических занятий

Тематическая программа практического блока составлена таким образом, что на освоение большинства тем учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» предполагается проведение одного (двухчасового) или более (трёхчасового) практических занятий. Практические занятия рекомендуется проводить с использованием следующих образовательных технологий:

- коллоквиум;
- анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии);
- творческое задание (практикующее упражнение);
- доклад/сообщение с использованием презентации.

При анализе конкретных ситуаций и выполнении творческих заданий рекомендуется работа студентов в составе малых групп.

4.2.1 Рекомендации к использованию форм практических занятий в освоении тем учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»

Коллоквиум

Проведение практических занятий с использованием коллоквиумов предполагает собеседование преподавателя с обучающимися. Для этого по соответствующим темам практических занятий разработаны вопросы для обсуждения. Указанные вопросы по темам практических занятий учебного элемента 1 модуля содержаться в фонде оценочных средств кафедры УПР. Коллоквиум выступает как средство текущего контроля усвоения учебного материала по темам учебного модуля.

Элементы коллоквиума рекомендуется использовать при освоении всех тем учебного элемента 1 и учебного элемента 2 модуля.

Анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии)

Анализ управленческих ситуаций ставит целью увеличить способы активного постижения учебного материала, что позволяет в итоге повысить мотивацию обучения студентов. Использование данной формы практического занятия требует от студентов хорошей подготовки к практическому занятию; умения слушать и реагировать на то, что сказано преподавателем, а также другими студентами в ходе разбора конкретных ситуаций как в малых группах, так и в учебной группе и тем самым даёт возможность самосовершенствования через получения опыта и знаний от других. Анализ конкретных ситуаций рекомендуется использовать при освоении следующих тем учебного элемента 1 модуля:

Тема 2. Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития

Тема 7. Мотивация деятельности в менеджменте

Тема 9. Коммуникации в системе менеджмента

Тема 10. Управленческие решения в системе менеджмента

Тема 11. Власть и лидерство в системе менеджмента

Тема 12. Динамика групп в системе менеджмента

Тема 13. Эффективность и качество менеджмента

Анализ конкретных ситуаций рекомендуется использовать при освоении следующих тем учебного элемента 2 модуля:

Тема 1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга.

Тема 2. Концепции и стратегии маркетинга

Тема 3. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система.

Тема 4. Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования.

Тема 5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей.

Тема 6. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе.

Тема 7. Сегментация рынка и позиционирование товара.

Тема 8. Комплекс маркетинга: товар.

Тема 9. Жизненный цикл товара.

Тема 10. Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии.

Тема 11. Комплекс маркетинга: распределение.

Тема 12. Комплекс маркетинга: продвижение.

Перечень конкретных ситуаций для анализа по темам учебного элемента 1 модуля содержится в фонде оценочных средств кафедры КУПР.

Перечень конкретных ситуаций для анализа по темам учебного элемента 2 модуля содержится в фонде оценочных средств кафедры КМУП.

Творческое задание

Творческое задание позволяет диагностировать умения студентов, интегрировать знания из различных областей, аргументировать собственную точку зрения. В рамках учебного элемента 1 модуля рекомендуется выполнение творческих заданий (практикующих упражнений) студентами в рамках малых групп с подготовкой сообщения-презентации результатов проделанной работы с последующим обсуждением в учебной группе.

Перечень творческих заданий по темам учебного элемента 1 модуля содержится в фонде оценочных средств кафедры УПР. Творческие задания (практикующие упражнения) рекомендуются при освоении следующих тем учебного модуля:

Тема 3. Организация как основной объект менеджмента

Тема 4. Функции менеджмента

Тема 5. Планирование в системе менеджмента

Тема 6. Организация как функция менеджмента

Тема 8. Координация и контроль в системе менеджмента

И тем учебного элемента 2:

Тема 5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей.

Тема 8. Комплекс маркетинга: товар.

Тема 9. Жизненный цикл товара.

Тема 12. Комплекс маркетинга: продвижение.

Доклад, сообщение

Доклады и сообщения являются продуктом самостоятельной работы студента и представляют собой публичное выступление по представлению полученных результатов – в случае доклада - учебно-исследовательской работы по рекомендованным преподавателем вопросам по темам учебного элемента 1 модуля; в случае сообщения – проделанной работы по выполнению практикующего упражнения или анализа конкретной ситуации. Доклады и сообщения подлежат обсуждению в учебной группе. Доклады и сообщения рекомендуется сопровождать презентацией. Перечень тем (вопросов) для докладов по темам учебного элемента 1 модуля содержится в фонде оценочных средств кафедры УПР. В названном выше документе содержится также перечень творческих заданий (практикующих упражнений) по темам учебного элемента 1 модуля.

Подготовка сообщений-презентаций рекомендуются также по отдельным вопросам темы 1 учебного элемента 1 модуля.

Работа в малых группах

Проведение практических занятий с использованием работы в малых группах рекомендуется использовать при освоении таких тем модуля «Управление внешней и внутренней средой организации», которые требуют активизации вовлечения студентов в процесс освоения материала. В этом случае создаются условия, при которых обучающиеся могут применить свой собственный опыт и доступные им средства для того, чтобы ответить на поставленные вопросы и решить требуемые задачи. Малые группы формируются по 4-5 человек в каждой. Студенты получают задание по совместному выполнению творческого задания (практикующего упражнения) или анализу конкретной ситуации (кейс-стадии) по предварительно сформированному заданию в рамках изучаемой темы и формируют сообщение (отчёт) о полученных результатах с последующим обсуждением в учебной группе. Студентам рекомендуется использовать презентационные материалы для наглядного подтверждения своей позиции.

Каждое практическое занятие требует организации студенческих групп, установления правил работы групп и подготовки со стороны студентов к теме практического занятия.

Подобную образовательную технологию рекомендуется использовать при проведении следующих практических занятий:

Тема 2. Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития

Тема 3. Организация как основной объект менеджмента

Тема 4. Функции управления

Тема 5. Планирование в системе менеджмента

Тема 6. Организация как функция менеджмента

Тема 7. Мотивация деятельности в менеджменте

Тема 8. Координация и контроль в системе менеджмента

Тема 9. Коммуникации в системе менеджмента

Тема 10. Управленческие решения в системе менеджмента

Тема 11. Власть и лидерство в системе менеджмента

Тема 12. Динамика групп в системе менеджмента

Тема 13. Эффективность и качество менеджмента

Подобную образовательную технологию рекомендуется использовать при проведении практических занятий по всем темам учебного элемента².

5. Методические рекомендации по контролю и оценке качества знаний при освоении модуля «Управление внешней и внутренней средой организацией»

Контроль качества освоения студентами учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой» и его составляющих осуществляется непрерывно в течение всего периода обучения с использованием балльно-рейтинговой системы (БРС), являющейся обязательной к использованию всеми структурными подразделениями университета.

Для оценки качества освоения модуля используются формы контроля: текущий - регулярно в течение всего семестра; рубежный - на 9-ой неделе

семестра; семестровый - по окончании изучения дисциплины.

Оценка качества освоения модуля осуществляется с использованием фонда оценочных средств, разработанного для данного модуля, по всем формам контроля в соответствии с положением об организации учебного процесса по образовательным программам высшего образования.

Содержание видов контроля и их график отражены в технологической карте учебного модуля (Приложение Б).

Учебный элемент 1 «Основы менеджмента»

5.1 Общие рекомендации к организации и проведению контроля и оценке знаний

Контроль за качеством освоения учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации», а также оценку этого качества рекомендуется осуществлять регулярно на протяжении всего периода процесса обучения.

В результате освоения учебного модуля полученные студентом знания, умения и навыки подлежат оценке в соответствии с оценочной шкалой, приведенной в Приложении Б рабочей программы учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации».

Оценка освоения учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля в течение третьего семестра осуществляется в диапазоне от 62,5 балла до 125 баллов. С учётом экзамена – в диапазоне от 62,5 балла до 150 баллов. Смотреть приложение Б.1 рабочей программы модуля.

В организации контроля и оценки знаний студентов рекомендуется использовать такие средства, которые бы позволили эффективно измерить уровень сформированности компетенций, указанных (названных) в пункте 3 данного документа (рабочей программы учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации», учебный элемент 1 «Основы менеджмента»). В связи с этим, основными средствами контроля и оценки знаний и умений студентов, осваивающих учебный элемент 1 «Основы менеджмента» модуля могут быть следующие:

- коллоквиум
- доклад/сообщение - презентация;
- эссе;
- тест (при втором рубежном контроле – на восемнадцатой неделе семестра);
- контрольная работа – на девятой и восемнадцатой неделях семестра.

При расчете итогового рейтинга по учебному элементу 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» студенту рекомендуется использовать следующую информацию относительно оценки форм контроля и интерактивных занятий:

- участие в коллоквиуме - выступление на практическом занятии – максимально –

- за тему - 1,3 балла;
- представление результатов творческой работы (практикующего упражнения), выполненного в составе малой группы или результатов анализа конкретной ситуации (кейс-стади), также выполненного в составе малой группы – сообщение-презентация – максимально – за одно сообщение-презентацию – 2,2 балла;
- подготовка и выступление с докладом-презентацией – максимально- 2,5 балла;
- подготовка эссе – максимально – 3,0 балла;
- тест (на восемнадцатой недели) – максимально – 9 баллов;
- контрольная работа:
- первая (на девятой неделе) – максимально – 8,5 балла;
- вторая (на восемнадцатой неделе) – 10,5 балла

5.2 Рекомендации к использованию коллоквиума как оценочного средства

В п. 4.2 данного приложения указывалось, что коллоквиум выступает как средство текущего контроля усвоения учебного материала по темам учебного элемента 1 модуля. Элементы коллоквиума рекомендовалось использовать при освоении всех тем учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». Вопросы для обсуждения по темам учебного элемента 1 модуля содержаться в фонде оценочных средств кафедры УПР.

5.3 Рекомендации к использованию доклада- презентации и сообщения-презентации как оценочных средств

В процессе освоения учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» рекомендуется использовать доклад-презентацию и сообщение-презентацию не только в рамках практического занятия, но и как оценочные средства. При этом при освоении учебного элемента 1 данного учебного модуля предусмотрены доклады-презентации по отдельным темам учебного элемента и сообщения-презентации, являющиеся результатом выполненного творческого задания (практикующего упражнения) и анализа конкретной ситуации (кейс-стадии) в составе малой группы.

Подготовка доклада, сообщения-презентации в программе POWER POINT представляет собой результат самостоятельного освоения студентом

части определенной темы, решения поставленной задачи, последующее изложение ее в слайдах и публичное выступление с результатом своей работы.

Всего в рамках изучения данного модуля студент может приготовить несколько различных докладов, на разные темы, содержащиеся в фонде оценочных средств по данному учебному модулю. Выбор темы согласуется с преподавателем. Тематика докладов-презентаций, содержащаяся в фонде оценочных средств по данному учебному модулю, имеет непосредственное отношение к результатам освоения учебного модуля и напрямую связана с формированием некоторых обязательных компетенций студентов. В связи с этим, преподавателю рекомендуется провести срез знаний, умений и навыков, демонстрируемых студентом в рамках доклада-презентации в ходе проведения практического занятия во время аудиторной работы. Тоже касается оценки сообщения-презентации.

Рекомендуется использовать данные оценочные средства после лекционного занятия, которое способствует формированию входных знаний и навыков перед выполнением данной работы. Перед подготовкой студентами доклада, сообщения и презентации рекомендуется на основе первого опыта проведения подобного практического занятия рассмотреть и выявить все недостатки и преимущества. Также следует информировать студентов, что доклад-презентация и сообщение-презентация будут рассматриваться как оценочные средства и будет оценены на большее количество баллов, чем обычное выступление на практическом занятии в рамках коллоквиума.

Как указывалось выше, темы для докладов-презентаций в рамках отдельных тем учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля содержатся в фонде оценочных средств кафедры УПР. Там же содержится перечень творческих заданий (практикующих упражнений) и конкретных ситуаций (кейс-стадии) по темам учебного элемента 1 модуля, по которым следует подготовить доклады-презентации и сообщения-презентации по результатам проделанной работы.

Рекомендуемые темы докладов-презентаций:

- сущность, цели и задачи менеджмента;
- условия и факторы возникновения и развития менеджмента;
- типы полномочий и их характеристика;
- методы управленческой мотивации: состав и характеристика;
- виды коммуникаций в организации и др.

5.4 Рекомендации к использованию эссе как оценочного средства

Подготовка студентом эссе является видом самостоятельной работы студента и в тоже время средством контроля и оценки его знаний, умений и навыков при освоении учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации». Данное средство позволяет оценить умение студента письменно изложить суть проблемы, применить теоретический

инструментарий менеджмента для анализа проблемы, сделать выводы и высказать собственную точку зрения по данному вопросу. В рамках учебного элемента 1 модуля эссе предусмотрены по темам 1-6, 8 и 13 учебного элемента 1 модуля. Параметры оценки эссе по учебному элементу 1 «Основы менеджмента» модуля приведены в п. 5.1 приложения А данного документа (рабочая программа учебного модуля «Управление внешней и внутренней средой организации», учебный элемент 1 «Основы менеджмента»). В течение семестра студент должен подготовить эссе по каждой теме учебного элемента 1 модуля, по которым предусмотрены эссе. Эссе готовится по теме, выбранной из списка тем эссе по учебному элементу 1 модуля и согласованной с преподавателем. Эссе представить студентом на том практическом занятии по учебному элементу 1 модуля, по теме которого оно написано. Распределение тем учебного модуля по неделям семестра осуществлено в приложении Б.1 «Технологическая карта» учебного элемента 1 модуля.

Структура эссе может быть произвольной, однако в нем должны присутствовать как теоретическое обоснование проблемы, так и собственное рассуждение и собственное отношение к выбранной проблематике. У эссе должен быть правильно оформленный титульный лист, в тексте приветствуются сноски на научную литературу. В план эссе могут входить следующие компоненты: введение, содержательная часть, заключение, список литературы. Рекомендуемый объем эссе 3-5 страниц.

Перечень тем для эссе по учебному элементу 1 «Основы менеджмента» содержится в фонде оценочных средств кафедры УПР. Примеры тем для эссе:

- подходы к определению понятия «менеджмент»
- место менеджмента в системе современных знаний
- современные тенденции развития менеджмента
- практическое значение научных школ менеджмента
- подходы к оценке и показатели эффективности менеджмента и др.

5.5 Рекомендации к проведению контрольной работы

Контрольная работа является средством проверки и оценки знаний студентов по освоенному материалу, а также умений применять полученные знания для решения поставленных задач. Контрольная работа является средством оценки знаний, умений, навыков студента. В рамках освоения модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» контрольную работу рекомендуется проводить на девятой и восемнадцатой неделях обучения. Контрольную работу рекомендуется проводить в часы аудиторной самостоятельной работы студентов. Данный вид оценочного средства проводится письменно, путем ответов студентами на поставленные теоретические вопросы, разбитые на 2 варианта. В случае неудовлетворительной сдачи контрольной работы на восемнадцатой неделе

студенту разрешается ее переписать до итоговой аттестации.

Во время проведения контрольной работы оценивается способность студента найти правильный ответ на поставленный вопрос, умение сориентироваться в конкретной управленческой ситуации, применять полученные в ходе лекций и практик знания.

Список вопросов для 2-х контрольных работ по учебному элементу 1 «Основы менеджмента» модуля приведен в фонде оценочных средств кафедры УПР.

5.6 Примеры тестовых заданий

Тест является средством контроля и оценки, который рекомендуется использовать как инструмент рубежного контроля, его применение позволяет осуществить системный срез знаний у студентов, изучающих модуль «Управление внешней и внутренней средой организации». База тестовых заданий по учебному элементу 1 «Основы менеджмента» модуля содержится в фонде оценочных средств кафедры КУПР. База тестовых заданий по учебному элементу 2 «Основы маркетинга» модуля содержится в фонде оценочных средств кафедры КМУП.

5.7 Вопросы итогового контроля

5.7.1 Учебный элемент 1 «Основы менеджмента»

1. Цели и задачи менеджмента. Условия и факторы возникновения и развития менеджмента.
2. Этапы и школы в развитии менеджмента. Современные тенденции развития менеджмента.
3. Место и содержание процесса управления в организации. Объекты и субъекты управления в организации.
4. Внутренняя и внешняя среда организации. Адаптация организации к условиям внешней среды.
5. Функции менеджмента и их классификация.
6. Содержание, цели и задачи планирования. Взаимосвязь планирования с другими функциями менеджмента.
7. Организация как функция менеджмента: содержание, этапы и принципы реализации, взаимосвязь с другими функциями менеджмента.
8. Понятие и значение организационной структуры управления. Типы (виды) структур управления и условия их эффективного использования.
9. Содержание и роль делегирования в структурах системы менеджмента. Виды организационных полномочий и их характеристика.
10. Характеристика мотивации как функции менеджмента. Понятия, связанные с мотивацией.

11. Содержание и значение теорий мотивации. Использование мотивационных механизмов в практике менеджмента.
12. Значение координации как функции менеджмента. Способы (механизмы) координации.
13. Роль и содержание контроля как функции менеджмента. Виды и формы контроля и регулирования.
14. Структура контроля. Организация эффективного контроля.
15. Понятие и значение коммуникаций в менеджменте. Классификация коммуникаций.
16. Элементы и этапы процесса коммуникации. Коммуникационные барьеры и их преодоление.
17. Понятие, классификация и значение управленческих решений в менеджменте. Требования к управленческим решениям.
18. Этапы процесса разработки и осуществления управленческого решения.
19. Оценка предлагаемых вариантов управленческих решений и разработка и обоснование предложений по их совершенствованию с учётом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий
20. Сущность и роль властных отношений в системе менеджмента. Формы власти.
21. Содержание и значение проблемы интеграции власти и партнёрства в современном менеджменте.
22. Понятие лидерства и его роль в менеджменте. Стиль лидерства и элементы, его определяющие.
23. Содержание понятия «малая группа». Виды формальных и неформальных групп в организации.
24. Организация деятельности малой группы, созданной для реализации конкретного экономического проекта.
25. Подходы к оценке и показатели эффективности менеджмента.

5.7.2 Учебный элемент 2 «Основы маркетинга»

1. История и эволюция маркетинга
2. Маркетинг: определения, принципы
3. Концепции управления маркетингом
4. Маркетинг взаимодействия
5. Основные понятия маркетинга
6. Функции маркетинга
7. Маркетинговая окружающая среда
8. Модели маркетинга
9. Характеристика и составляющие процесса маркетинга
10. Типы маркетинговых стратегий в зависимости от характера существующего спроса

11. Виды маркетинговых стратегий: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный, комплексный и взаимосвязанный
12. Маркетинг-микс. Характеристика маркетингового инструментария
13. Маркетинговая информационная система
14. Бенчмаркинг - как функция и инструмент маркетинга
15. Цели, задачи, технология маркетинговых исследований
16. Виды маркетинговых исследований
17. Количественные методы сбора информации для проведения маркетинговых исследований
18. Качественные методы сбора информации для проведения маркетинговых исследований
19. Поведение потребителей, принципы и методы его изучения. Мотивация потребителей
20. Моделирование поведения потребителей
21. Сегментация рынка
22. Позиционирование товара
23. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе
24. Конкурентные стратегии
25. Понятие «товар», классификация товаров
26. Товарная номенклатура и ассортимент товаров
27. Процесс разработки нового товара
28. Жизненный цикл товара
29. Стратегии формирования привлекательности товарного предложения
30. Упаковка и маркировка товара
31. Сбыт в системе маркетинга: участники, цели, задачи, функции
32. Каналы распределения товаров: виды, уровень. Выбор канала распределения
33. Стратегии сбыта
34. Интеграция сбыта
35. Стратегия товародвижения
36. Ценовая политика: цели, принципы, функции
37. Процесс ценообразования
38. Определение исходной цены
39. Ценовые стратегии
40. Реклама: сущность, цели, задачи, функции
41. Основные разновидности рекламы
42. Разработка рекламы
43. Оценка эффективности рекламной деятельности
44. Персональные продажи
45. Стимулирование сбыта
46. Public relations в коммуникационной политике компании
47. Прямой маркетинг

5. 8 Методические рекомендации по распределению времени на СРС

При освоении учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» студенту отводится время для самостоятельной работы. Согласно требованиям ФГОС ВО, количество времени, отведенного на самостоятельную работу студента при трудоемкости учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля в 3 ЗЕ, равно 54 часам, из них 9 часов аудиторной работы и 45 часа – внеаудиторной для студентов очной формы обучения (таблица А 2).

Содержание аудиторной самостоятельной работы планируется преподавателем и используется для:

- ✓ консультирования студентов относительно подготовки к практическим занятиям, выполнения заданий, выбора тем докладов-презентаций и эссе, а также иных вопросов, касающихся организации учебного процесса;

- ✓ проведения контрольной работы, коллоквиума, рубежной и итоговой аттестации, подведения итогов заданий и в целом изучения учебного модуля.

Внеаудиторная самостоятельная работа (далее в тексте – ВСРС) студента по освоению учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» связана с индивидуальной подготовкой к практическим занятиям, к выполнению заданий (контрольная работа, выполнение творческих заданий, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), подготовка докладов/сообщений-презентаций), к итоговому тестированию, а также для работы с учебной (основной и дополнительной) литературой.

ВСРС рассматривается как одна из важнейших форм творческой деятельности студентов по усвоению учебного материала.

При эффективном освоении учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» студенты должны использовать еженедельно от 2 до 3 часов (см. Приложение Б.1), в зависимости от типа задания, формы проведения лекции и наличия текущего, рубежного, или итогового (семестрового) контроля и оценки знаний.

Для студентов рекомендуется распределить время, отведенное на самостоятельную внеаудиторную работу следующим образом – смотреть ниже расположенную таблицу А 2.

Распределение времени, отводимого на самостоятельную внеаудиторную работу студентов заочной формы обучения профиля – бухгалтерский учёт, анализ и аудит отражено в таблице А 3.

При освоении учебного элемента 2 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» студенту отводится время для самостоятельной работы. Согласно требованиям ФГОС ВО, количество времени, отведенного на самостоятельную работу студента при трудоемкости учебного элемента 2 «Основы маркетинга» модуля в 3 ЗЕ,

равно 54 часам, из них 9 часов аудиторной работы и 45 часа – внеаудиторной для студентов очной формы обучения (таблица А 2).

Содержание аудиторной самостоятельной работы планируется преподавателем и используется для:

- ✓ консультирования студентов относительно подготовки к практическим занятиям, выполнения заданий, выбора тем докладов-презентаций и эссе, а также иных вопросов, касающихся организации учебного процесса;

- ✓ проведения контрольной работы, коллоквиума, рубежной и итоговой аттестации, подведения итогов заданий и в целом изучения учебного модуля.

Внеаудиторная самостоятельная работа (далее в тексте – ВСРС) студента по освоению учебного элемента 2 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» связана с индивидуальной подготовкой к практическим занятиям, к выполнению заданий (контрольная работа, выполнение творческих заданий, анализ конкретных ситуаций (кейс-стадии), подготовка докладов/сообщений-презентаций), к итоговому тестированию, а также для работы с учебной (основной и дополнительной) литературой.

ВСРС рассматривается как одна из важнейших форм творческой деятельности студентов по усвоению учебного материала.

При эффективном освоении учебного элемента 2 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» студенты должны использовать еженедельно от 2 до 3 часов (см. Приложение Б.2), в зависимости от типа задания, формы проведения лекции и наличия текущего, рубежного, или итогового (семестрового) контроля и оценки знаний.

Для студентов рекомендуется распределить время, отведенное на самостоятельную внеаудиторную работу следующим образом – смотреть ниже расположенную таблицу А 3.

Распределение времени, отводимого на самостоятельную внеаудиторную работу студентов заочной формы обучения профиля – бухгалтерский учёт, анализ и аудит отражено в таблице А 4.

Таблица А 2 - Рекомендации по распределению СРС по учебному элементу 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для студентов очной формы обучения

№ и название темы учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля	Количество часов	
	Аудиторная СРС	Внеаудиторная СРС
Тема 1 Предмет и место менеджмента в системе научных знаний	0,7	3,5
Тема 2 Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития	0,7	3,5
Тема 3 Организация как основной объект менеджмента	0,7	3,5
Тема 4 Функции менеджмента	0,6	3,0
Тема 5 Планирование в системе менеджмента	0,7	3,5
Тема 6 Организация как функция менеджмента	0,7	3,5
Тема 7 Мотивация деятельности в менеджменте	0,7	3,5
Тема 8 Координация и контроль в системе менеджмента	0,7	3,5
Тема 9 Коммуникации в системе менеджмента	0,7	3,5
Тема 10 Управленческие решения в системе менеджменте	0,7	3,5
Тема 11 Власть и лидерство в системе менеджмента	0,7	3,5
Тема 12. Динамика групп в системе менеджмента	0,7	3,5
Тема 13 Эффективность и качество менеджмента	0,7	3,5
Всего часов	9	45

Таблица А 3 - Рекомендации по распределению внеаудиторной СРС по учебному элементу 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для студентов заочной формы обучения, профиль – бухгалтерский учёт, анализ и аудит

№ и название темы учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля	Количество часов ВСРС
1.Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	6
2. Концепции и стратегии маркетинга	7
3. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система	8
4.Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования	7
5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей	7
6. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	7

7. Сегментация рынка и позиционирование товара	6
8. Комплекс маркетинга: товар	6
9. Жизненный цикл товара	6
10. Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии	7
11. Комплекс маркетинга: распределение	6
12. Комплекс маркетинга: продвижение	7
Всего часов	80

Таблица А 4 - Рекомендации по распределению СРС по учебному элементу 2 «Основы маркетинга» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» для студентов очной формы обучения

№ и название темы учебного элемента 1 «Основы менеджмента» модуля	Количество часов	
	Аудиторная СРС	Внеаудиторная СРС
1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга		2
2. Концепции и стратегии маркетинга	1	3
3. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система	1	6
4. Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования	1	4
5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей	1	4
6. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	1	4
7. Сегментация рынка и позиционирование товара		4
8. Комплекс маркетинга: товар	1	4
9. Жизненный цикл товара		2
10. Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии	1	4
11. Комплекс маркетинга: распределение	1	4
12. Комплекс маркетинга: продвижение	1	4
Всего часов	9	45

Технологическая карта
модуля «Управление внешней внутренней средой»
ЗЕТ- 6, вид аттестации - экз, акад. часов - 216, баллов рейтинга – 300

№ и наименование раздела учебного модуля	№ недели сем.	Трудоемкость, ак. час.				Форма текущего контроля успеваемости (в соответствии с паспортом ФОС)	Макс. кол-во баллов рейтинга
		Аудиторные занятия			внеауд. зан.		
		Лекции	Практ. занятия	Ауд. СРС	Внеауд. СРС		
УЭМ 1 «Основы менеджмента»		36	18	9	54		75
Введение в учебный элемент 1 «Основы менеджмента» модуля «Управление внешней и внутренней средой организации»	1-2	2	1	1	6	Коллоквиум, доклад-презентация, сообщение-презентация, эссе	24
Тема 1.1 Предмет и место менеджмента в системе научных знаний	3	2	1	1	3		7
Тема 1.2 Эволюция менеджмента и современные тенденции его развития	4	2	1	1	3		7
Тема 1.3 Организация как основной объект менеджмента	5	2	1		3		3
Тема 1.4 Функции менеджмента	6-7	2	1		6		21
Тема 1.5 Планирование в системе менеджмента	6/6-7	1	2	0,7	3,5		
Тема 1.6 Организация как функция менеджмента	7-9/8-9	3	3	0,7	3,5		
Рубежная аттестация	9					Контрольная работа 1	62,5
Тема 1.7 Мотивация деятельности в менеджменте	10/10	1	2	0,7	3,5	Коллоквиум, доклад-презентация, сообщение-	
Тема 1.8 Координация и контроль в системе	11/11-12	1	2	0,7	3,5		
Тема 1.9 Коммуникации в системе менеджмента	12-13/12-13	1,5	2	0,7	3,5		

Тема 1.10 Управленческие решения в системе	13-14/14	1,5	2	0,7	3,5	презентация, эссе	
Тема 1.11 Власть и лидерство в системе менеджмента	15-16/15-16	1,5	2	0,7	3,5		
Тема 1.12. Динамика групп в системе менеджмента	16-17/16-17	1,5	2	0,7	3,5		
Тема 1.13 Эффективность и качество менеджмента	18/18	1	2	0,7	3,5		
	18					Тест Контроль- ная работа 2	9 10,5
УЭМ 2 «Основы маркетинга»		36	18	9	54		50
1. Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга	1-2	6	2	2	4	доклад	
2. Концепции и стратегии маркетинга	1	2	1	1	2	эссе	10
3. Понятие и сущность маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система	2	4	1	1	2	доклад- презентация	5
4. Методы получения маркетинговой информации. Количественные и качественные исследования	3-10	15	8	8	25	доклад- презентация	5
5. Изучение потребителя. Моделирование поведения потребителей	3	2	1	1	4	тест	10
6. Изучение конкурентов и завоевание преимуществ в конкурентной борьбе	4-5	4	1	1	6	тест	10
7. Сегментация рынка и позиционирование товара	6-7	3	2	2	5	тест	10
8. Комплекс маркетинга: товар	8-9	4	2	2	5	тест	10
Рубежная аттестация	9					Коллоквиум	100
9. Жизненный цикл товара	10	2	2	2	5	тест	10
10. Комплекс маркетинга: цена. Разработка стратегии и тактики ценообразования на предприятии	10-18	15	8	8	25	тест	10
11. Комплекс маркетинга: распределение	10-11	2	2	1	5	тест	10
12. Комплекс маркетинга: продвижение	12	1	1	1	2	тест	10
Аттестация по модулю							
Экзамен	216 часов					Билеты к экзамену (50)	50

Критерии оценки качества освоения студентами модуля «Управление внешней и внутренней средой организации» (в соответствии с положением «Об организации учебного процесса по образовательным программам высшего образования»):

- оценка «отлично» - 270 – 300 баллов
- оценка «хорошо» - 210 – 269 балла
- оценка «удовлетворительно» - 150 – 209 балла
- оценка «неудовлетворительно» - менее 75 баллов

Приложение В

Карта учебно-методического обеспечения

Карта учебно-методического обеспечения

Учебный модуль Управление внешней внутренней средой

Направление 38.03.01 Экономика, профиль Бухгалтерский учёт, анализ и аудит, профиль

Финансы и кредит, 38.03.06 Торговое дело, 38.03.05 Бизнес-информатика

Форма обучения очная/заочная

Курс 2, семестр 3

Часов всего: 216, лекций 9, практ. зан. 36, СРС 135, экзамен 36

Таблица 1 - Обеспечение модуля учебными изданиями

Библиографическое описание* издания (автор, наименование, вид, место и год издания, кол. стр.)	Кол. экз. в библиот. НовГУ	Наличие в ЭБС
1. Гусаров Ю. В. Теория менеджмента: учебник для вузов /Ю. В. Гусаров, Л. Ф. Гусарова. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 261 (2) с.: ил. – (Высшее образование: Бакалавриат)	10	
2. Менеджмент: учебное пособие /Под ред. Н. Ю. Чаусова, О. А. Калугина. – М.: КНОРУС, 2010. – 496с.	30	
3. Менеджмент: учебник /Э. М. Коротков. – М.: Издательство Юрайт: ИД Юрайт, 2011. – 640 с. – (Основы наук)	2	
4. Песоцкая Е. В. Менеджмент: учебник для бакалавров /Е. В. Песоцкая, О. В. Русецкая, Л. А. Трофимова; под ред. А. Н. Петрова – М.: Издательство Юрайт, 2011. – 641 с.	20	
5. Котлер Филип. Маркетинг менеджмент/ Ф. Котлер. – 14-е изд. – СПб, Питер, 2000, 2001, 2003, 2004, 2014, 2015. – 519 с.	25	
6. Коротков А. В. Маркетинговые исследования : учеб. Для бакалавров / А. В. Коротков. – 2-е изд., перераб. И доп. – М. : Юрайт, 2012. – 591 с.	11	
7. Маркетинг PR и рекламы: учеб для вузов / авт.: И.М. Синяева (и др.); под ред. И.М. Синяевой. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2011, 2014. – 494 с.	11	
Учебно-методические издания		
Рабочая программа учебного модуля «Управление внешней внутренней средой» [Электронный ресурс]: / Г.Я.. Андреева, И.С. Алексина, НовГУ им. Ярослава Мудрого.- Великий Новгород, 2016.- 63 с. – Режим доступа: http://www.novsu.ru/study/umk/university/		
Конспект лекций по учебному модулю «Управление внешней внутренней средой» [Электронный ресурс]: / Г.Я.. Андреева, И.С. Алексина, НовГУ им. Ярослава Мудрого.- Великий Новгород, 2016.-30 с.–Режим доступа: http://www.novsu.ru/study/umk/university/		
Управление внешней внутренней средой [Электронный ресурс]: методические указания к практическим занятиям и самостоятельной работе студентов / сост. Г.Я.. Андреева, И.С. Алексина ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. - Великий Новгород, 2016. -20.–Режим доступа: http://www.novsu.ru/study/umk/university/		

Действительно для учебного года 2016 / 2017

Действительно для учебного года 2017 / 2018

Зав. кафедрой _____ М.М. Омаров

_____ 20____ г.

СОГЛАСОВАНО

НБ НовГУ:

должность

подпись

расшифровка подписи

Приложение Г

Демонстрационный вариант оценочных средств

ПРИМЕРЫ ТИПОВЫХ ЗАДАНИЙ ИЗ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Задания с выбором одного или нескольких ответов ответа из числа предложенных (Тест)

1. Какие типы анализа внешнего рынка используются в международном маркетинге:
 - a) анализ конкуренции;
 - b) анализ среды;
 - c) анализ посредников;
 - d) анализ спроса.
2. По какому признаку классифицируются международные рекламные компании:
 - a) по источникам финансирования;
 - b) по творческим элементам;
 - c) по особенностям средств массовой информации.
3. Стандартизированный товар-это:
 - a) товар, который предлагается разными предприятиями, но воспринимается покупателем как однородный во всех случаях;
 - b) товар, который имеет знак качества;
 - c) экологически чистый товар;
 - d) товар, упакованный в стандартную упаковку.
4. Система качества должна:
 - a) устранять несоответствие качества после его выявления;
 - b) предупреждать возникновение проблем с качеством;
 - c) удовлетворять требования потребителей к качеству продукции;
 - d) изучать спрос на качество.
5. Назовите, какая из предложенных ориентации коммерческой деятельности соответствует современной концепции маркетинга.
 - a) товарная ориентация;
 - b) производственная ориентация;
 - c) сбытовая ориентация;
 - d) ориентация на потребителя;
 - e) ориентация на потребителя, общество в целом.
6. Какая из перечисленных в вопросе ориентации соответствует концепции социально-этнического маркетинга?
 - a) концепция совершенствования товара;
 - b) концепция совершенствования производства;
 - c) концепция стимулирования сбыта;
 - d) концепция социально-этнического маркетинга;

- е) концепция достижения потребительской удовлетворенности.
7. Какая концепция маркетинга используется на рынке, где спрос на товары превышает предложение (дефицит товаров)?
- а) концепция совершенствования товара;
 - б) концепция совершенствования производства;
 - с) концепция стимулирования сбыта;
 - д) концепция социально-этнического маркетинга;
 - е) концепция достижения потребительской удовлетворенности;
8. В составе перечисленных назовите понятие, характеризующее один из принципов маркетинга.
- а) товар;
 - б) цена;
 - с) учет требований потребителя;
 - д) стимулирование сбыта;
 - е) распределение товара.
9. Какой из формулировок целей Вы отдаете предпочтение?
- а) целью фирмы на следующий год является повышение качества продукции.
 - б) хорошее качество продукции - залог успеха;
 - с) качество продукции - под постоянный контроль;
 - д) повысить прибыльность по каждой позиции ассортимента;
 - е) довести долю товара на рынке к концу года до 20%;
10. Существует ли прямая зависимость между объемом прибыли и контролируемой долей рынка?
- а) да, существует;
 - б) нет, не существует;
 - с) существует, если предприятие выпускает один вид продукции;
 - д) существует, если предприятие выпускает различные виды продукции;
11. Укажите среди перечисленных функции маркетинга:
- а) ориентация на коммерческий успех;
 - б) стимулирование сбыта;
 - с) ценовая политика;
 - д) комплексный анализ внешней среды;
 - е) ситуационное управление;
12. К какой функции относится изучение конкурентов?
- а) аналитической;
 - б) производственно-сбытовой;
 - с) управления и контроля;
 - д) учета.
13. К какой функции относится планирование маркетинга?
- а) аналитической;
 - б) производственно-сбытовой;
 - с) управления и контроля;
 - д) учета.

Задания с выбором одного или нескольких ответов ответа из числа предложенных (Тест)

1. Собственно менеджмент начал формироваться в:
А. 1828 г. XIX в.
Б. XVIII в.
В. XX в.
2. «Отцом научного управления» называют:
А. А. Файоля
Б. Д. МакГрегора
В. Ф. У. Тейлора
Г. С. Черчмена
3. Основных научных школ управления насчитывается:
А. 6
Б. 5
В. 4
Г. 3
4. Схема: вход → процесс → выход → обратная связь → вход ... является изображением:
А. системного подхода
Б. процессного подхода
В. подхода научных школ
Г. ситуационного подхода
5. Что является ключевым фактором в любой модели управления?
А. Средства производства
Б. Финансы
В. Люди
Г. Структура управления
6. Какой из перечисленных ниже учёных выделил управление как вид деятельности и определил, что деятельность по управлению включает в себя следующие обязательные функции: планирование, организация, распоряительство, координация и контроль:
А. Ф. Тейлор
Б. М.-П. Фоллетт
В. А. Маслоу
Г. А. Файоль
7. Процесс разработки планов развития, а также комплекса практических мер по их выполнению – это:
А. прогнозирование
Б. планирование
В. организация
Г. контроль

8. Основные правила, которые должны соблюдаться управленческими работниками при принятии различного рода управленческих решений – это:
- А.. свойства управления
 - В. критерии управления
 - С. принципы управления
 - Д. признаки управления
9. Принципы Мэйо, «иерархия потребностей Маслоу», Хоторнские эксперименты являются вкладом в теорию управления:
- А.. школы науки управления
 - В. школы человеческих отношений
 - С. бихевиоризма, школы поведенческих наук
 - Д. классической школы управления
10. Структуры управления, при которых централизовано планирование и распределение основных ресурсов, а подразделения дифференцируемые по территориальному либо продуктовому признаку, принимают оперативные решения и ответственны за получение прибыли называются:
- А.. матричными
 - В. линейно-штабными
 - С. дивизионными
 - Д. бригадными
11. Сущность ситуационного подхода состоит:
- А. в правильном интерпретировании ситуации, определении наиболее значимых переменных
 - В. в рассмотрении организации как открытой системы, состоящей из нескольких взаимосвязанных подсистем
 - С. в знании методов профессионального управления, доказавших свою эффективность; в умении предвидеть последствия применяемых методик и концепций
 - Д. всё перечисленное
12. Число главных этапов проектирования структур управления:
- А.. два
 - В. пять
 - С. четыре
 - Д. три
13. Что такое обратная связь между получателем и источником в процессе коммуникации?
- А. Отказ от выполнения личного поручения начальника
 - В. Сообщение о полученном задании третьему лицу
 - С. Телефонная связь, прерванная спецслужбами во время получения задания исполнителем
 - Д. Доклад вышестоящему руководителю о выполнении задания, полученного от непосредственного начальника
14. Источник, канал, сообщение, получатель – это четыре основных компонента модели:
- А. мотивации
 - В. коммуникации
 - С. организации
 - Д. власти

Задания типа «Эссе»

Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения автора по конкретному поводу. Объем -1-2 стр.

Примеры тем Эссе:

1. Особенности маркетинга в России.
2. Назовите современные методы продвижения товаров.
3. Приведите конкретные примеры организации службы маркетинга на предприятии.
4. Проведите анализ методов управления на примере конкретного предприятия.

Задачи

Задача № 1

Заполните таблицу, распределив наиболее покупаемые товары по возрастным группам потребителей.

Возраст	Группа	Товары (3, 4 примера)
0 – 5	Маленькие дети	
6 – 19	Школьники и подростки	
20 – 34	Молодые люди	
35 – 49	Люди среднего возраста	
50 – 64	Люди зрелого возраста	
65 и более	Пожилые люди	

Задача № 2

Определите эластичность спроса по следующим данным: до увеличения цены с 50 до 100 руб., среднедневная продажа составляла 500 тыс. руб.; после увеличения – 400 тыс. руб.

Задача № 3

Связь между спросом (продажей), доходом и ценой товара Q выражает следующее многофакторное уравнение регрессии:

~

$$y_{x_1 x_2} = 500 + 1,5 x_1 - 10 x_2,$$

где x_1 – доход (средний доход равен 2000 руб. / чел.);

x_2 – цена товара (средняя цена равна 200 руб. / ед.).

Рассчитать теоретические коэффициенты эластичности.

Задача №.4

Перечислите отличия в поведении покупателей одного и того же товара в фирменном магазине и на рынке.

«Круглый стол»

«Круглый стол» - современная форма публичного обсуждения или освещения каких-либо вопросов, когда участники, имеющие равные права, высказываются по очереди или в определенном порядке.

«Круглый стол» - это форма организации обмена мнениями на заданную тему.

Обучающиеся обмениваются репликами, уточняют позиции друг друга.

В результате обсуждения должны быть выявлены точки зрения всех участников на данный вопрос;

Участники высказываются в определенном порядке.

По окончании «круглого стола» участники обсуждают роль каждого из них и дают публичную оценку выступлениям.

Примеры тем для выступлений в рамках «Круглого стола»:

- Сетевой маркетинг: что это такое и его плюсы;
- Роль упаковки товара в маркетинге;
- Что такое скрытый маркетинг;
- Миссия маркетолога.

Дискуссия

В рамках заранее заданной темы выявляются различные точки зрения. Происходит деление на сторонников различных точек зрения, каждая сторона, оппонируя мнению собеседника, аргументирует свою позицию. Одни участники пытаются опровергнуть точку зрения других.

Примеры тем для обсуждений в рамках дискуссии

- Современное определение маркетинга
- Кто такой специалист по маркетингу.
- Место маркетинга в деятельности организации.

Доклад

Для достижения наилучшего результата в подготовке доклада - необходимо выполнение следующих этапов и требований:

- Поиск источников информации, наиболее значимых по данной теме (научные и научно-популярные статьи, учебная литература, публикации в СМИ, Интернет и др.).

- Изучение и анализ материала, выделение наиболее значимых мыслей, фактов, гипотез и положений.

- Обобщение и логическое построение доклада в виде простого или развернутого плана.

- Письменное изложение темы доклада согласно разработанному плану, включающее 3 обязательные части:

- а) вступление, в котором указывается значимость, актуальность данной темы, проблемы, затронутые в ней, ссылка на источники информации и т.п.

- б) основная часть, которая должна иметь четкое логическое построение отобранного материала - связное, последовательное, доказательное

в) заключение, в котором должны быть подведены итоги, сформулированы выводы, подчеркнута значимость рассмотренной проблемы.

5. Подготовка устного варианта доклада, который должен излагаться доступным, грамотным языком, быть логически последовательным и соответствовать письменному варианту.

Доклад не должен изобиловать цифрами. Продолжительность устного изложения не должна превышать 10 минут.

Примеры тем для докладов:

1. Связь маркетинга с другими науками.
2. Маркетинговая деятельность на предприятии.
3. Основные принципы и методы международного маркетинга.
4. Брендинг как направление товарной политики предприятия.
5. Маркетинг новых товаров, их разработка и продвижение на рынке.
6. Маркетинг в управлении.
7. Контроль маркетинговой деятельности на предприятии.
8. Сущность и концепции маркетинговой деятельности.
9. Методы получения и обработки маркетинговой информации.
10. Модели оценки рекламной деятельности.
11. Бенчмаркетинг как функция маркетинговых исследований.
12. Бюджет маркетинга.
13. История маркетинга.
14. Распределение товара по каналам сбыта.
15. Макроэкономический анализ конъюнктуры потребительского рынка России.
16. Маркетинг товаров новейших технологий.
17. Оптимизация сбытовой политики предприятия.
18. Сущность и роль ценовой политики в развитии предприятия.

Экзамен (собеседование по билету)

При проведении устного испытания экзаменационный билет выбирает обучающийся. Время подготовки устного ответа должно составлять не менее 45 мин. В процессе сдачи экзамена обучающемуся могут быть заданы дополнительные вопросы, как по содержанию экзаменационного билета, так и по любым разделам учебного модуля. Оценка по устному экзамену объявляется сразу после завершения опроса.

Образец билета:

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

Кафедра управления и делового администрирования

Кафедра маркетинга и управления персоналом

Экзаменационный билет № 1

Учебный модуль «Управление внешней и внутренней средой организации»

Для направления подготовки 38.03.01 – Экономика, профиль – Бухгалтерский учёт и аудит, профиль – Финансы и кредит

1. Этапы и школы в развитии менеджмента. Современные тенденции развития менеджмента.
2. Роль и функции цены.
3. Практическое задание № 2 по основам менеджмента.

Принят на заседании КУПР. Протокол № 1 от 11 сентября 2015г.

Утверждаю

Зав. кафедрой _____/Е. А. Бондаренко/

Принят на заседании КМУП. Протокол № 2 от 20 октября 2015г.

Утверждаю

Зав. кафедрой _____/М. М. Омаров/

Приложение Г

Лист внесения изменений

Номер изменения	Номер и дата распорядительного документа о внесении изменений	Дата внесения изменения	ФИО лица, внесшего изменение	Подпись
1.	Протокол заседания кафедры № 12 от 30.05.2018	30.05.2018	Алексина Ирина Сергеевна	