

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Кабардино-Балкарский государственный университет  
им. Х.М. Бербекова» (КБГУ)

Институт права, экономики и финансов

Кафедра менеджмента и маркетинга

**СОГЛАСОВАНО**

**УТВЕРЖДАЮ**

Руководитель образовательной програм-  
мы \_\_\_\_\_ Г.А. Эфендиева

Директор института  
\_\_\_\_\_ Е.М. Машукова

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**  
**«МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ»**

Специальность  
**38.05.01 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ**

Специализация  
**Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности**

Квалификация выпускника  
**Экономист**

Форма обучения  
**Очно-заочная**

Нальчик 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Менеджмент и Маркетинг» / сост. Р.Х. Гоова, – *Нальчик: КБГУ, 2024. – 50 с.*

Рабочая программа дисциплины (модуля) предназначена для студентов *очно-заочной* формы обучения по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности», 3 семестра, 2 курса.

Рабочая программа составлена с учетом федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – специалитета по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, утвержденного приказом Минобрнауки России от 14.04.2021 г. № 293 (Зарегистрировано в Минюсте России 24.05.2021 г. № 63581).

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1.	Цели и задачи освоения дисциплины	4
2.	Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО	4
3.	Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)	4
4.	Содержание и структура дисциплины (модуля)	6
5.	Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации	11
6.	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности	38
7.	Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)	39
7.1.	Основная литература	39
7.2.	Дополнительная литература	40
7.3.	Периодические издания	41
7.4.	Интернет-ресурсы	41
7.5.	Методические указания по проведению различных учебных занятий, к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы	41
8.	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	47
9.	Лист изменений (дополнений) в рабочей программе дисциплины (модуля)	50

### **1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)**

*Целью* освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» является формирование у обучающихся основных навыков в области эффективного менеджмента; организационных и межличностных отношений в социально-экономических системах и использование результатов ее освоения в профессиональной деятельности; формирование системных знаний о содержании процесса управления организацией.

*Задачи изучения дисциплины:*

- освоение общетеоретических положений управления социально-экономическими системами;
  - формирование системных знаний о содержании процесса управления организацией, как субъекта хозяйствования в условиях рыночной экономики;
  - получение теоретических и профессиональных знаний и умений в области управления социально-экономическими процессами, в разработке и принятии управленческих решений;
  - изучение роли менеджмента в успешном функционировании действующих организаций, возможностей повышения эффективности управленческой деятельности;
- приобретение навыков самостоятельного творческого использования теоретических знаний в практической деятельности по применению методов управления организацией.

### **2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО**

Дисциплина «Менеджмент и маркетинг» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1. Дисциплины (модули) ОПОП ВО по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности».

Освоение дисциплины «Менеджмент и маркетинг» необходимо в дальнейшем для прохождения преддипломной практики, подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы.

### **3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Дисциплина «Менеджмент и Маркетинг» направлена на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность.

#### **Код и наименование универсальной компетенции выпускника**

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

#### **Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции выпускника**

УК-3.1. Способен участвовать в межличностном и групповом взаимодействии, используя методы командообразования и командного взаимодействия, проявлять лидерские качества и умения.

#### **Код и наименование универсальной компетенции выпускника**

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни.

#### **Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции выпускника**

УК-6.1 Способен оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использовать для успешного выполнения поставленных задач в избранной сфере профессиональной.

## **Результаты обучения**

### **Знать:**

- особенности работы в коллективе;
- сущность управленческого решения и их виды;
- методы принятия управленческих решений;
- функции и принципы управления;
- понятие о социальной ответственности при принятии управленческих решений;
- теоретические и методологические основы маркетинга;
- методы оперативного, стратегического и прогнозного планирования, информационного и коммуникационного обеспечения управления маркетингом;
- свойства компонентов системы маркетинга с позиции её целостности;
- комплекс маркетинга (разработка продукта, ценообразование, каналы распределения, методы продвижения, формирования спроса и стимулирования сбыта);
- организацию и контроль маркетинговой деятельности;
- порядок разработки принятия и реализации.

### **Уметь:**

- систематизировать и интерпретировать исходную информацию для экономических и социально-экономических показателей деятельности объектов управления;
- определить факторы, влияющие на эффективность работы группы;
- составить этапы рационального управленческого решения и обосновать выбор метода принятия управленческого решения;
- оценить эффективность управленческого решения;
- применять полученные в процессе обучения знания для принятия решений (индивидуальных и коллективных) с учетом экономических, социальных, технико-экономических и других факторов в условиях неопределенности.
- осуществлять планирование и контроль маркетинговой деятельности организации;
- организовать коммуникационные отношения предприятия;
- проводить анализ информации в ходе проведения маркетинговых исследований;
- пользоваться важнейшими методами разработки и принятия организационно-управленческих решений в маркетинговой программе предприятия, нести ответственность за принятые решения;
- организовывать правильную работу службы маркетинга предприятия, контролировать качество принимаемых решений.

### **Владеть:**

- лидерскими качествами при формировании малой группы для реализации конкретного экономического проекта;
- методами сбора и обработки исходной информации, необходимые для расчета различных показателей деятельности объекта управления;
- навыками применения процессного, системного и ситуационного подходов к управлению;
- принятия решений и уметь выбирать наиболее рациональные способы их принятия и использовать эффективные формы участия работников (персонала) в их реализации;
- навыками осуществления планирования и контроля маркетинговой деятельности организации;
- навыками организации коммуникационные отношения предприятия;
- навыками проведения анализа информации в ходе проведения маркетинговых исследований;
- навыками использования важнейших методов разработки и принятия организационно-управленческих решений в маркетинговой программе предприятия, готовности нести ответственность за принятые решения;

- навыками организации правильной работы службы маркетинга предприятия, контроля качества принимаемых решений.

#### 4. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1. Содержание дисциплины

№ п / п	Наименование раздела/ темы	Содержание раздела	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4	5
<b>РАЗДЕЛ I. Методологические основы «Менеджмента»</b>				
	Тема 1. Организация и ее среда. Эволюция управления.	1. Характеристика и определение организации как системы. 2. Понятия «Управление» и «Менеджмент». Принципы и методы управления. Эволюция управленческой мысли. 3. Внешняя и внутренняя среда организации. Элементы и факторы интраменеджмента. 4. Методы исследования внутренней и внешней среды организации. Признаки и сочетание формального и неформального управления.	УК-3 (УК-3.1) УК-6 (УК-6.1)	ДЗ; Р; Т; РГЗ; дискуссии; презентации
	Тема 2. Основные функции менеджмента.	1. Функции прогнозирования, планирования, организации и контроля. Постановка целей и задач. 2. Организационные структуры управления, принятие решений и делегирование полномочий. 3. Функция мотивации. Содержательные теории мотивации. 4. Этапы процесса контроля. Концепция контроллинга.	УК-3 (УК-3.1) УК-6 (УК-6.1)	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
	Тема 3. Коммуникационные процессы в менеджменте.	1. Роль информации в технологии менеджмента. Коммуникации в деятельности человека и организации. 2. Разновидности коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса. 3. Коммуникационные роли и принципы управления коммуникациями. 4. Коммуникационные барьеры.	УК-3 (УК-3.1) УК-6 (УК-6.1)	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
	Тема 4. Разработка управленческих решений в менеджменте.	1. Понятие и место решения в системе управления. Типология управленческих решений. 2. Условия и факторы качества управленческих решений. Методы принятия управленческих решений. 3. Моделирование процесса принятия управленческих решений. Взаимозависимость решений. 4. Модели науки управления.	УК-3 (УК-3.1) УК-6 (УК-6.1)	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации

Тема 5. Власть и партнерство. Стил менеджмента.	<p>1. Понятие власти и ее роль в менеджменте. Баланс власти.</p> <p>2. Классификация стилей управления. Теории «Х», «У» и «Z». Влияние через убеждение и влияние через участие.</p> <p>3. Разновидности стилей лидерства. Двумерная трактовка стилей лидерства.</p> <p>4. Управленческая решетка Блейка и Моутона. Адаптивный подход к руководству.</p>	<p>УК-3 (УК-3.1)</p> <p>УК-6 (УК-6.1)</p>	<p>ДЗ; Р; Т;</p> <p>дискуссии;</p> <p>презентации</p>
Тема 6. Культура менеджмента. Управление конфликтами в организации.	<p>1. Культура общества в тенденциях менеджмента. Организационная культура и ее функции.</p> <p>2. Элементы организационной культуры</p> <p>3. Природа конфликта и его содержание. Фазы конфликта. Управление конфликтной ситуацией.</p> <p>4. Стресс: сущность, причины и методы борьбы.</p>	<p>УК-3 (УК-3.1)</p> <p>УК-6 (УК-6.1)</p>	<p>ДЗ; Р; Т;</p> <p>дискуссии;</p> <p>презентации</p>
<b>Раздел II. Методологические основы «Маркетинга»</b>			
Тема 7. Теоретические аспекты и концепции маркетинга.	<p>1. Сущность и содержание маркетинга, функции и цели маркетинга.</p> <p>2. Эволюция концепции маркетинга. История развития маркетинга.</p> <p>3. Классификация маркетинга. Концепция рыночного управления маркетинга.</p> <p>4. Основные тенденции, влияющие на развитие маркетинга в XXI веке.</p>	<p>УК-3 (УК-3.1)</p> <p>УК-6 (УК-6.1)</p>	<p>ДЗ; Р; Т;</p> <p>дискуссии;</p> <p>презентации</p>
Тема 8. Маркетинговая среда и маркетинговые информационные системы.	<p>1. Характеристика факторов внешней среды маркетинговой системы.</p> <p>2. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды. Виды маркетинга, макро - и микро-среда.</p> <p>3. Система маркетинговых исследований: сущность, характеристика, организационные и логистические основы формирования.</p> <p>4. Процесс маркетингового исследования и его этапы. Методы исследования и их классификация.</p>	<p>УК-3 (УК-3.1)</p> <p>УК-6 (УК-6)</p>	<p>ДЗ; Р; Т;</p> <p>дискуссии;</p> <p>презентации</p>
Тема 9. Рынки и покупательское поведение потребителей.	<p>1. Потребительский рынок, модель потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке.</p> <p>2. Поведение потребителя в разных национальных культурах. Теории мотивации З.Фрейда и А.Маслоу.</p> <p>3. Деловой рынок и поведение деловых покупателей. Решение о покупке товаров - новинок.</p> <p>4. Рынки предприятий и их характеристика. Приобретение товара предприятиями- покупателями.</p>	<p>УК-3 (УК-3.1)</p> <p>УК-6 (УК-6.1)</p>	<p>ДЗ; Р; Т;</p> <p>дискуссии;</p> <p>презентации</p>

Тема 10. Товар (продукт) в системе маркетинга. Сегментирование рынка и позиционирование товара	1. Общая характеристика товара. Классификация товаров и услуг. 2. Жизненный цикл товара. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. 3. Сегментирование потребительского рынка и его основные принципы. 4. Основные понятия товарно-знаковой практики. Стратегия разработки новых товаров 5. Процесс анализа конкурентов и его этапы. Конкурентные стратегии.	УК-3 (УК-3.1)  УК-6 (УК-6.1)	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
Тема 11. Характеристика комплекса маркетинга. План маркетинга: цели задачи направления.	1. Элементы комплекса маркетинга. Концепция «4Р». 2. Товарно - знаковая практика. Стратегия разработки нового товара. 3. Этапы жизненного цикла товара. Маркетинговый аудит. 4. SWOT-анализ и PIMS-анализ, используемые при оценке бизнеса. Организация службы маркетинга.	УК-3 (УК-3.1)  УК-6 (УК-6.1)	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
Тема 12. Ценообразование и система товародвижения в маркетинге.	1. Сущность ценовой политики, ее роль в системе маркетинга. 2. Внутренние факторы ценообразования. Типы издержек. 3. Внешние факторы ценообразования. Ценовая эластичность спроса. 4. Основные методы ценообразования и их выбор. Стратегии ценообразования. 5. Товародвижение, его сущность, цели и задачи. Каналы распределения. 6. Основные функции маркетинговой логистики.	УК-3 (УК-3.1)  УК-6 (УК-6.1)	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации
Тема 13. Рекламная деятельность и PR. Конкурентная среда.	1. Реклама: понятие, история возникновения, виды и функции. Организация рекламной компании. 2. Стимулирование сбыта: сущность причины развития, цели и направления. 3. Мероприятия по стимулированию сбыта. Паблик рилейшенз: значение, содержание, функции, принципы. 4. Понятие и виды конкуренции, методы конкурентной борьбы. 5. Конкурентоспособность предприятия. Этика маркетинга в конкурентной среде.	УК-3 (УК-3.1)  УК-6 (УК-6.1)	ДЗ; Р; Т; дискуссии; презентации



### Структура дисциплины (модуля)

Таблица 2. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа)

Вид работы	Трудоемкость, часы
	3 семестр
<b>Общая трудоемкость (в часах)</b>	<b>144</b>
<b>Контактная работа (в часах):</b>	<b>34</b>
Лекционные занятия (Л)	17
Практические занятия (ПЗ)	17
Семинарские занятия (СЗ)	-
Лабораторные работы (ЛР)	-
<b>Самостоятельная работа (в часах)</b>	<b>101</b>
Расчетно-графическое задание (РГЗ)	-
Реферат (Р)	20
Эссе (Э)	-
Контрольная работа (К)	-
Самостоятельное изучение разделов/тем	81
Курсовая работа (КР)/ Курсовой проект (КП)	-
<b>Подготовка и прохождение промежуточной аттестации</b>	<b>9</b>
<b>Вид промежуточной аттестации</b>	<b>зачет</b>

Таблица 3. Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы
1.	Организация и ее среда. Эволюция управления. Характеристика и определение организации как системы. Понятия «Управление» и «Менеджмент». Принципы и методы управления. Эволюция управленческой мысли. Внешняя и внутренняя среда организации. Элементы и факторы интраменеджмента. Методы исследования внутренней и внешней среды организации. Признаки и сочетание формального и неформального управления
2.	Основные функции Менеджмента. Функции прогнозирования, планирования, организации и контроля. Постановка целей и задач. Организационные структуры управления, принятие решений и делегирование полномочий. Функция мотивации. Содержательные теории мотивации. Этапы процесса контроля. Концепция контроллинга.
3.	Коммуникационные процессы в менеджменте. Роль информации в технологии менеджмента. Коммуникации в деятельности человека и организации. Разновидности коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса. Коммуникационные роли и принципы управления коммуникациями. Коммуникационные барьеры.
4.	Разработка управленческих решений в менеджменте. Понятие и место решения в системе управления. Типология управленческих решений. Условия и факторы качества управленческих решений. Методы принятия управленческих решений. Моделирование процесса принятия управленческих решений. Взаимозависимость решений. Модели науки управления.

5.	Власть и партнерство. Стиль менеджмента. Понятие власти и ее роль в менеджменте. Баланс власти. Классификация стилей управления. Теории «X», «Y» и «Z». Влияние через убеждение и влияние через участие. Разновидности стилей лидерства. Двумерная трактовка стилей лидерства. Управленческая решетка Блейка и Моутона. Адаптивный подход к руководству.
6.	Культура менеджмента. Управление конфликтами в организации. Культура общества в тенденциях менеджмента. Организационная культура и ее функции. Элементы организационной культуры. Природа конфликта и его содержание. Фазы конфликта. Управление конфликтной ситуацией. Стресс: сущность, причины и методы борьбы
7.	Теоретические аспекты и концепции маркетинга. Сущность и содержание маркетинга, функции и цели маркетинга. Эволюция концепции маркетинга. История развития маркетинга. Классификация маркетинга. Концепция рыночного управления маркетинга. Основные тенденции, влияющие на развитие маркетинга в XXI веке.
8.	Маркетинговая среда и маркетинговые информационные системы. Характеристика факторов внешней среды маркетинговой системы. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды. Виды маркетинга, макро - и микросреда. Система маркетинговых исследований: сущность, характеристика, организационные и логистические основы формирования. Процесс маркетингового исследования и его этапы. Методы исследования и их классификация.
9.	Рынки и покупательское поведение потребителей. Потребительский рынок, модель потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке. Поведение потребителя в разных национальных культурах. Теории мотивации З.Фрейда и А.Маслоу. Деловой рынок и поведение деловых покупателей. Решение о покупке товаров - новинок. Рынки предприятий и их характеристика. Приобретение товара предприятиями- покупателями.
10.	Товар (продукт) в системе маркетинга. Сегментирование рынка и позиционирование товара. Общая характеристика товара. Классификация товаров и услуг. Жизненный цикл товара. Товарный ассортимент и товарная номенклатура. Сегментирование потребительского рынка и его основные принципы. Основные понятия товарно-знаковой практики. Стратегия разработки новых товаров. Процесс анализа конкурентов и его этапы. Конкурентные стратегии.
11.	Характеристика комплекса маркетинга. План маркетинга: цели задачи направления. Элементы комплекса маркетинга. Концепция «4P». Товарно - знаковая практика. Стратегия разработки нового товара. Этапы жизненного цикла товара. Маркетинговый аудит. SWOT-анализ и PIMS-анализ, используемые при оценке бизнеса. Организация службы маркетинга.
12.	Ценообразование и система товародвижения в маркетинге. Сущность ценовой политики, ее роль в системе маркетинга. Внутренние факторы ценообразования. Типы издержек. Внешние факторы ценообразования. Ценовая эластичность спроса. Основные методы ценообразования и их выбор. Стратегии ценообразования. Товародвижение, его сущность, цели и задачи. Каналы распределения. Основные функции маркетинговой логистики.
13.	Рекламная деятельность и PR. Конкурентная среда. Реклама: понятие, история возникновения, виды и функции. Организация рекламной компании. Стимулирование сбыта: сущность причины развития, цели и направления. Мероприятия по стимулированию сбыта. Паблик рилейшенз: значение, содержание, функции, принципы. Понятие и виды конкуренции, методы конкурентной борьбы. Конкурентоспособность предприятия. Этика маркетинга в конкурентная среда.

Таблица 4. Практические занятия

№	Тема
---	------

п/п	
1.	Организация и ее среда. Эволюция управления.
2.	Основные функции Менеджмент.
3.	Коммуникационные процессы в менеджменте.
4.	Разработка управленческих решений в менеджменте
5.	Власть и партнерство. Стиль менеджмента.
6.	Культура менеджмента. Управление конфликтами в организации
7.	Теоретические аспекты и концепции маркетинга
8.	Маркетинговая среда и маркетинговые информационные системы.
9.	Рынки и покупательское поведение потребителей.
10.	Товар (продукт) в системе маркетинга. Сегментирование рынка и позиционирование товара.
11.	Характеристика комплекса маркетинга. План маркетинга: цели задачи направления.
12.	Ценообразование и система товародвижения в маркетинге.
13.	Рекламная деятельность и PR. Конкурентная среда.

*Таблица 5. Лабораторные работы по дисциплине (модулю) – не предусмотрены*

*Таблица 6. Самостоятельное изучение разделов дисциплины (модуля)*

№ п/п	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение
1.	Эволюция управленческой мысли.
2.	Особенности менеджмента в различных странах.
3.	Роль учета воздействия внешней и внутренней среды на управление предприятием.
4.	Коммуникационные роли и принципы управления коммуникациями
5.	Моделирование процесса принятия управленческих решений
6.	Типы организационных структур и их выбор
7.	Разновидности управленческих полномочий. Теории «X», «Y» и «Z».
8.	Этапы развития маркетинга.
9.	Ступени структуры маркетинговой информации.
10.	Создание конкурентных преимуществ.
11.	Выбор каналов товародвижения.
12.	Разработка ценовой стратегии.
13.	Прямой и интерактивный маркетинг.
14.	Контроллинг в системе маркетинга.
15.	Международный маркетинг.

## **5. Оценочные материалы для текущего и рубежного контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

**5.1. Оценочные материалы для текущего контроля.** Цель текущего контроля – оценка результатов работы в семестре и обеспечение своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы обучающегося. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине

**Текущий контроль** успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины «Менеджмент и маркетинг» включает: ответы на теоретические вопросы на практическом занятии, решение практических задач и выполнение заданий на практическом

занятия, самостоятельное выполнение индивидуальных домашних заданий (например, решение тестов) с отчетом (защитой) в установленный срок, написание докладов, рефератов, дискуссии.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателем (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания

**5.1.1. Оценочные материалы для устного опроса (контролируемые компетенции УК-3, УК-6; индикатор достижения компетенций УК-3.1, УК-6.1)**

1. Характеристика и определение организации как системы.
2. Понятия «Управление» и «Менеджмент». Принципы и методы управления. Эволюция управленческой мысли.
3. Внешняя и внутренняя среда организации. Элементы и факторы интраменеджмента.
4. Методы исследования внутренней и внешней среды организации. Признаки и сочетание формального и неформального управления
5. Функции прогнозирования, планирования, организации и контроля. Постановка целей и задач.
6. Организационные структуры управления, принятие решений и делегирование полномочий.
7. Функция мотивации. Содержательные теории мотивации.
8. Этапы процесса контроля. Концепция контроллинга.
9. Роль информации в технологии менеджмента. Коммуникации в деятельности человека и организации.
10. Разновидности коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
11. Коммуникационные роли и принципы управления коммуникациям.
12. Коммуникационные барьеры.
13. Понятие и место решения в системе управления. Типология управленческих решений.
14. Условия и факторы качества управленческих решений. Методы принятия управленческих решений.
15. Моделирование процесса принятия управленческих решений. Взаимозависимость решений.
16. Модели науки управления.
17. Понятие власти и ее роль в менеджменте. Баланс власти.
18. Классификация стилей управления. Теории «Х», «У» и «Z». Влияние через убеждение и влияние через участие.
19. Разновидности стилей лидерства. Двумерная трактовка стилей лидерства.
20. Управленческая решетка Блейка и Моутона. Адаптивный подход к руководству.
21. Культура общества в тенденциях менеджмента. Организационная культура и ее функции.
22. Элементы организационной культуры
23. Природа конфликта и его содержание. Фазы конфликта. Управление конфликтной ситуацией.
24. Стресс: сущность, причины и методы борьбы.
25. Сущность и содержание маркетинга, функции и цели маркетинга.
26. Эволюция концепции маркетинга. История развития маркетинга.
27. Классификация маркетинга. Концепция рыночного управления маркетинга.
28. Основные тенденции, влияющие на развитие маркетинга в XXI веке.
29. Характеристика факторов внешней среды маркетинговой системы.

30. Основные параметры и характеристики маркетинговой среды. Виды маркетинга, макро - и микросреда.
31. Система маркетинговых исследований: сущность, характеристика, организационные и логистические основы формирования.
32. Процесс маркетингового исследования и его этапы. Методы исследования и их классификация.
33. Потребительский рынок, модель потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке.
34. Поведение потребителя в разных национальных культурах. Теории мотивации З.Фрейда и А.Маслоу.
35. Деловой рынок и поведение деловых покупателей. Решение о покупке товаров - новинок.
36. Рынки предприятий и их характеристика. Приобретение товара предприятиями-покупателями.
37. Общая характеристика товара. Классификация товаров и услуг.
38. Жизненный цикл товара. Товарный ассортимент и товарная номенклатура.
39. Сегментирование потребительского рынка и его основные принципы.
40. Основные понятия товарно-знаковой практики. Стратегия разработки новых товаров
41. Процесс анализа конкурентов и его этапы. Конкурентные стратегии.
42. Элементы комплекса маркетинга. Концепция «4Р».
43. Товарно - знаковая практика. Стратегия разработки нового товара.
44. Этапы жизненного цикла товара. Маркетинговый аудит.
45. SWOT-анализ и PIMS-анализ, используемые при оценке бизнеса. Организация службы маркетинга.
46. Сущность ценовой политики, ее роль в системе маркетинга.
47. Внутренние факторы ценообразования. Типы издержек.
48. Внешние факторы ценообразования. Ценовая эластичность спроса.
49. Основные методы ценообразования и их выбор. Стратегии ценообразования.
50. Товародвижение, его сущность, цели и задачи. Каналы распределения.
51. Основные функции маркетинговой логистики.
52. Реклама: понятие, история возникновения, виды и функции. Организация рекламной компании.
53. Стимулирование сбыта: сущность причины развития, цели и направления.
54. Мероприятия по стимулированию сбыта. Паблик рилейшенз: значение, содержание, функции, принципы.
55. Понятие и виды конкуренции, методы конкурентной борьбы.
56. Конкурентоспособность предприятия. Этика маркетинга в конкурентная среда

#### **Критерии формирования оценок (оценивания) устного опроса**

Устный опрос является одним из основных способов учёта знаний обучающегося по дисциплине «Менеджмент и Маркетинг». Развёрнутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения.

***В результате устного опроса знания, обучающегося оцениваются по следующей шкале:***

***4 балла***, ставится, если обучающийся:

- 1) полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное экономических понятий;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;

- 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

**3 балла**, ставится, если обучающийся даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для балла «1», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

**2 балла**, ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

**0 баллов**, ставится, если обучающийся обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке.

Баллы могут ставиться не только за единовременный ответ, но и за рассредоточенный во времени, т.е. за сумму ответов, данных студентом на протяжении занятия

**5.1.2. Оценочные материалы для самостоятельной работы обучающегося (тесты)**  
**(контролируемые компетенции УК-3, УК-6; индикаторы достижения компетенций УК-3.1, УК-6.1)**

**Примерные тесты для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации**

**Вариант 1**

1. Возникновение практики управления было связано
  - а) с появлением общения
  - б) с возникновением производства
  - в) с разделением и кооперацией труда
  - г) с возникновением письменности
2. Основоположником школы научного управления является
  - а) А. Файоль
  - б) М. Фоллетт
  - в) Ф. Тейлор
  - г) Э. Мейо
3. К основным функциям управления не относится –
  - а) Моделирование
  - б) Планирование
  - в) Организация
  - г) Контроль
4. Понятие «механизм управления» имеет следующее содержание:
  - а) система управления в действии.
  - б) способ обработки информации в процессах управления.
  - в) мотивация эффективной деятельности людей.
  - г) совокупность средств и методов воздействия на деятельность людей.
5. ... подход основывается на том, что управление есть серия взаимосвязанных функций.
  - а) процессный;
  - б) системный;
  - в) ситуационный;
  - г) смешанный
6. Хозяйственные организации -

- а) группа людей, объединившихся между собой на основе взаимной симпатии и привязанности.
  - б) союзы, партии, группы, сформированные по интересам.
  - в) организации, специализирующиеся на производстве товаров, услуг или информации.
  - г) референтные группы
7. Процесс коммуникации становится двусторонним, если в нем присутствует:
- а) получатель
  - б) передача сообщения
  - в) обратная связь
  - г) каналы передачи сообщения
8. Не относится к характеристикам внешней среды:
- а) сложность;
  - б) подвижность;
  - в) важность;
  - г) неопределенность;
9. Процесс контроля включает
- а) реализацию процедур и линий поведения
  - б) выработку стандартов
  - в) формирование бюджета
  - г) измерение фактических результатов
10. Понятие «качество» - формулируется следующим образом:
- а) Качество - это высокая цена, пользующейся спросом продукции.
  - б) Качество - это комплекс свойств, отвечающих потребностям человека.
  - в) Качество - это соответствие свойств продукта установленному стандарту.
  - г) Качество - это идеальное представление о несуществующем продукте.

### **Вариант 2**

1. Менеджмент выделился в самостоятельную область знаний -
- а) в XIX в.
  - б) в XVIII в.
  - в) на рубеже XIX и XX вв.
  - г) в середине XX в.
2. Установите соответствие между факторами внешней среды и приведенными примерами
- |                  |                                   |
|------------------|-----------------------------------|
| 1. Экономические | А. Ограничение на получение ссуд  |
| 2. Политические  | Б. Жизненный цикл товара          |
| 3. Рыночные      | В. Платежеспособность предприятия |
| 4. Конкурентные  | Г. Перспективы развития отрасли   |
3. Автором теории «Z» является
- а) В.Оучи;
  - б) П.Друкер;
  - в) Д. Макгрегор;
  - г) Д МакКлелланд
4. Выберите из приведенного списка черты, которые должны обязательно содержаться в формулировке миссии:
- а) отраслевая принадлежность;
  - б) получение прибыли;
  - в) предназначение организации;
  - г) роль для общества
5. Власть- это
- а) возможность влиять на других
  - б) специфическое воздействие на подчиненных
  - в) совокупность способов воздействия на подчиненных
  - г) любое воздействие на людей

6. Научная организация труда основывается
- а) на использовании исследований и передового опыта
  - б) на строгом соблюдении дисциплины, регламента
  - в) на использовании опыта других менеджеров
  - г) на четком разделении труда
7. Вклад школы научного управления в развитие теории и практики управления заключается в ....
- а) разработке универсальных принципов управления;
  - б) обосновании необходимости изучения поведения человека в группе;
  - в) разработке подходов управления;
  - г) создании системы научной организации труда, основанной на анализе процесса труда.
8. Отличительным признаком конфликта в организации является...
- а) невозможность реализации целей какой-либо из взаимодействующих сторон;
  - б) социально-психологическая напряженность порождает изменение деятельности организации;
  - в) реальная борьба между людьми;
  - г) деятельность людей преследующих различные цели.
9. Поощряет исполнительность, а не инициативу ... стиль управления
- а) экономический
  - б) административной
  - в) организационный
  - г) социально-психологический
10. Осуществление функции контроля предполагает
- а) выявление проблемы
  - б) корректировка деятельности
  - в) антикризисное управление
  - г) организация достижения целей

### Вариант 3

1. Управление фирмой, направленное на достижение поставленных целей на основе эффективного использования кадрового, научно-технического производственного потенциала - ...
2. Учение ... стало основным теоретическим источником современных концепций менеджмента.
- а) А. Файоля
  - б) Ф. Тейлора
  - в) М. Фоллетт
  - г) Д. Гетти
3. Установите правильную последовательность следующих этапов стратегического планирования:
- А. Анализ внешней среды
  - Б. Определение миссии и цели организации
  - В. Анализ альтернатив и выбор стратегии
  - Г. Анализ сильных и слабых сторон организации
  - Д. Оценка стратегии
  - Е. Управление реализацией стратегии
4. Автором теории ERG (существование связи роста) является:
- а) М.МакКлелланд;;
  - б) А.Маслоу;
  - в) К.Альдерфер;
  - г) Ф.Герцберг
5. Метод разрешения конфликтов требующий использование власти, подавления инициативы подчиненных -



- а) метод сглаживания
  - б) метод компромисса
  - в) метод принуждения
  - г) метод уклонения
- 6.** Норма управляемости характеризует
- а) трудоемкость работ менеджера
  - б) правила поведения менеджера
  - в) количество подчиненных сотрудников
  - г) условия субординации отношений
- 7.** Заключительным этапом фазы разработки управленческого решения является:
- а) разработка вариантов решений;
  - б) уяснение проблемы;
  - в) выбор оптимального варианта решения проблемы;
  - г) постановка задачи решения проблемы.
- 8.** Основные функции менеджмента:
- а) поиск информации, передача информации, обработка информации, принятие решения.
  - б) определение проблемы, постановка цели, обработка информации, разработка решения.
  - в) регламентирование, нормирование, распоряжение, контроль, организация обратной связи.
  - г) планирование, организация, регулирование, координация, мотивирование, контроль.
- 9.** Социо-технические системы – это
- а) люди, участвующие в процессе производства
  - б) компьютеры
  - в) структуры с производственным управлением
  - г) компьютерные системы, заменяющие определенное число рабочих.
- 10.** Вербальные средства общения представляют собой:
- а) Деловые отношения, приносящие успех.
  - б) Виды общения в экстремальных ситуациях.
  - в) Средства обработки информации.
  - г) Общение посредством речи.

#### **Вариант 4**

- 1.** Представители ..... научной школы в качестве основного объекта исследования имели эффективное использование человеческих ресурсов.
- а) классической или административной школы
  - б) школы научного управления
  - в) школы науки управления или количественный подход
  - г) школы человеческих отношений и поведенческих наук
- 2.** Автором теории «Z» является
- а) В.Оучи;
  - б) П.Друкер;
  - в) Д. Макгрегор;
  - г) Д. МакКлелланд
- 3.** Конфликт, при котором два руководителя предъявляют к одному работнику противоречивые требования -
- а) внутриличностный
  - б) межличностный
  - в) между личностью и группой
  - г) межгрупповой
- 4.** Идеи теории мотивации А.Маслоу больше всего связаны с ...
- а) производительностью труда;
  - б) общими потребностями сотрудника;
  - в) желанием сократить работником объем работы;

г) надеждой на материальное вознаграждение.

**5.** К основным функциям управления организацией относится ...

- а) обмен информацией;
- б) планирование;
- в) имидж;
- г) побуждение.

**6.** Английское слово «менеджмент» происходит от латинского «Манус», который на русском языке означает...

- а) купец;
- б) воин;
- в) деньги;
- г) рука.

**7.** Поводом для возникновения школы психологии человеческих отношений явился .... эксперимент

**8.** Факторы, не относящиеся к среде прямого воздействия:

- а) конкуренты;
- б) законы и государственные органы;
- в) потребители;
- г) состояние экономики.

**9.** Децентрализация управления позволяет главным образом:

- а) предотвратить проблемы на нижних уровнях управления
- б) повысить инициативность персонала на нижних уровнях управления
- в) развить самостоятельность и чувство ответственности персонала всех уровней системы управления.
- г) выравнить трудоемкость работ во всех звеньях системы управления.

**10.** Закономерная последовательность этапов процесса управления такова:

- а) определение проблемы, формулирование цели, осуществление деятельности, оценка результатов.
- б) предвидение результатов, организация работы, использование результатов, определение проблемы.
- в) получение знаний, использование знаний, разработка решения, организация деятельности.
- г) постановка цели, оценка ситуации, определение проблемы, разработка решения

#### **Вариант 5**

**1.** Представители ..... научной школы впервые описали принцип управления — единоначалие.

- а) классической или административной школы
- б) школы научного управления
- в) школы науки управления или количественный подход
- г) школы поведенческих наук
- д) школы человеческих отношений

**2.** Автором теории «Х» и «У» является

- а) В.Оучи;
- б) П.Друкер;
- в) Д. Макгрегор;
- г) Д. МакКлелланд

**3.** Метод разрешения конфликтов, который предусматривает частичное принятие точки зрения другой стороны -

- а) метод принуждения
- б) метод компромисса
- в) метод сглаживания
- г) метод уклонения

- д) метод решения проблемы
- 4. Законная власть основана -**
  - а) на вознаграждении
  - б) на вере в права руководителя
  - в) на положительном примере
  - г) на принуждении
  - д) на вере в знания руководителя
- 5. Функция управления, обеспечивающая согласование и взаимодействие всех остальных**
  - а) регулирование
  - б) организация
  - в) координация
  - г) контроль
- 6. Производственный процесс является объектом изучения школы**
  - а) психологии и человеческих отношений
  - б) классической
  - в) научного управления
  - г) науки управления (количественной)
- 7. Понятие «функции менеджмента» определяется как**
  - а) сочетание компетенций и полномочий менеджера и персонала.
  - б) виды деятельности, необходимой для осуществления менеджмента.
  - в) наличие необходимой информации для принятия управленческого решения.
  - г) коммуникационная основа функционирования системы менеджмента.
- 8. Организационная структура, позволяющая гибко реагировать на изменения окружающей среды:**
  - а) линейная
  - б) органическая
  - в) дивизионная
  - г) функциональная.
- 9. Основное отличие предварительного, текущего и заключительного контроля в.....**
  - а) методах;
  - б) принципах
  - в) объеме
  - г) времени осуществления.
- 10. Методы управления представляют собой способы...**
  - а) создания организации и управления ими;
  - б) использование ресурсов организации;
  - в) управление для достижения поставленных целей;
  - г) воздействие субъекта управления на объект управления.

### **Вариант 6**

- 1. К основным функциям управления не относится—**
  - а) моделирование
  - б) планирование
  - в) организация
  - г) контроль
- 2. Правильная хронологическая последовательность различных школ в управлении:**
  - А) Количественная школа
  - Б) Школа человеческих отношений и поведенческих наук
  - В) Школа научного управления
  - Г) Административная школа
- 3. ... подход основывается на том, что управление есть серия взаимосвязанных функций.**
  - а) процессный

- б) системный
- в) ситуационный
- г) интегрированный

4. Исследования неформальных групп начал проводить:

- а) Ф.Тейлор
- б) А.Файоль
- в) Э. Мейо
- г) Д. Эмерсон

5. Характеристики основных этапов функционирования организации как системы

- А) Вход 1. Репутация
- Б) Процесс трансформации 2. Сырье и материалы
- В) Выход 3. Управленческие производственные технологии

6. Типы организаций по взаимодействию с внешней средой:

- а) индивидуалистские.
- б) механистические.
- в) дивизиональные.
- г) органические.

7. Организационная культура -

- а) исторически определенный уровень развития общества и человека, сформировавшийся к настоящему времени.
- б) система норм, правил и моральных ценностей, регламентирующая отношения между членами организации.
- в) образовательный и профессиональный уровень членов производственного коллектива организации.
- г) производственная дисциплина

8. Не относится к этапам процесса коммуникации:

- а) зарождение идеи и кодирование
- б) канал передачи информации
- в) передача информации
- г) декодирование и обратная связь

9. Не относится к преимуществам децентрализации управления:

- а) решения принимаются быстро
- б) участие руководителей среднего звена в принятии решений
- в) препятствие унификации правил и процедур работы
- г) создание условий профессионального роста менеджеров

10. Ограниченное право использовать ресурсы организации и направлять усилия сотрудников на выполнение определенных задач – это...

- а) делегирование;
- б) власть;
- в) полномочия;
- г) ответственность.

## **Деловые ситуации (кейсы) для самостоятельного разбора**

### **Ситуация 1**

Александра Егорова приняли на работу по рекомендациям знакомых. Его непосредственный начальник отзывался о нем, как о хорошем профессионале, аккуратном, исполнительном работнике, который коммуникабелен, умеет ставить цели и решать задачи. В его подчинении были два человека и решались довольно простые задачи; В новой фирме он руководил несколькими очень сложными проектами и у него в подчинении были семь человек. Александр правильно определил стратегию деятельности своего подразделения, нашел общий язык с клиентами, сам работал больше других. Однако результаты работы отдела за первые полгода оказались плачевными.

По мнению Александра, это объясняется тем, что его подчиненные отличные профессионалы, способные, но ленивые работники, которые не хотят работать. У прежнего руководителя отдела таких проблем не возникало.

1. Объясните, почему снизилась производительность работников отдела?
2. Разработайте систему мотивации работников.

### **Ситуация 2**

Как директор небольшой телемаркетинговой фирмы вы приняли решение добавить к выполняемым проектам еще два. Под вашим руководством трудится четверо программистов, которые жалуются на недостаток работы. Двое из них имеют шестилетний опыт в области телемаркетинга. Третий связан с этой деятельностью лишь два года, но зато несколько месяцев занимался как раз теми операциями, которые предстоит выполнить вашей фирме. Эффективность осуществления проекта зависит еще от одной компании; ее менеджер, как вам известно, проявляет интерес к делу лишь в тех случаях, когда видит, что работает с профессионалами. Четвертый совсем молод: он недавно закончил учиться и пока только осваивает премудрости профессии. Кому же вы поручите выполнение проектов? Ответ обоснуйте.

### **Ситуация 3**

Директор организации стал замечать, что резко ухудшилась дисциплина - возросли опоздания, прогулы, увеличилась текучесть кадров.

Какие решения должен принять директор? Какие звенья управления должны участвовать в подготовке решений? Необходимая информация и форма решений?

### **Ситуация 4**

На совещании у главного, инженера фирмы обсуждался серьезный вопрос.

Директор филиала "Арс" доложил о варианте решения, который предварительно обсуждался в филиале. Начальник технического отдела филиала "Арс" предложил другое техническое; решение, которое главный инженер фирмы нашел более удачным. После совещания директор филиала сделал замечание начальнику технического отдела за то, что тот выступил против его решения, и заявил, что у них должна быть одна точка зрения. В ответ на это начальник отдела обвинил директора филиала в бюрократизме, подавлении инициативы. Разговор шел на повышенных тонах.

После этого инцидента отношения между начальником отдела и директором филиала резко ухудшились. В результате начальник технического отдела уволился по собственному желанию.

1. Определите причину конфликта, мотивы и тактику поведения участников, конфликта.
2. Укажите возможные варианты решения данной конфликтной ситуации.
3. В чем особенности взаимоотношений и путей решения конфликтов «руководитель - подчиненный».

### **Ситуация 5**

Для успешной карьеры менеджера необходимо повысить квалификацию путем обучения на факультете менеджмента в одном из вузов. Стоимость образования с квалификацией магистра - 500 долларов в год. Период обучения магистра - 6 лет. При очном обучении будет упущена возможность заработка 100 долларов в месяц. Рассчитайте общие затраты на обучение менеджера.

### **Ситуация 6**

В вашей фирме работает торговый агент. На протяжении пяти лет он ежегодно продавал товаров на 30 тыс. долларов. В этом году доход составил лишь 25 тыс. долларов.

Вы уволите этого человека или дадите ему возможность исправить положение? Ответ обоснуйте. Проанализируйте ошибки менеджера по продаже товаров, меру его ответственности.

### **Ситуация 7**

Для успешной карьеры менеджера необходимо повысить квалификацию путем обучения на факультете менеджмента в одном из вузов. Стоимость образования с квалификацией бакалавра - 500 долларов в год. Период обучения бакалавра - 4 года. При очном обучении будет упущена возможность заработка 100 долларов в месяц. Рассчитайте общие затраты на обучение менеджера.

#### **Ситуация 8**

Новые современные компьютеры в отдел, кадров банка доставили давно. Однако начальник отдела ссылаясь на высокую загрузку работников и очень важные оперативные дела, не обеспечил их использование в соответствии с общей программой компьютеризации банка. В личной беседе с одним из заместителей управляющего банка начальник отдела кадров отметил, что в течение 15 лет он вел книгу, которая вмещала - весь персонал банка, и его информация всегда была точной и надежной, а некоторые карандашные отметки в этой книге ценились руководством на вес золота.

1. Объясните поведение начальника отдела кадров банка. 2. Укажите основные - причины сопротивления работников нововведениям в организации и методы их разрешения.

#### **Ситуация 9**

Политика банка ориентирована на получение максимальных прибылей. Односторонняя ориентация управления привела к утрате конкурентоспособности. Тогда менеджеры банка предложили систему ориентации сотрудников банка, базирующуюся на следующих положениях:

1. Интересы клиента должны стоять на первом месте.
2. Извлекать максимум из применения в банке современной техники и технологии.
3. Поощрение осуществлять за конкретные результаты работы.

Дайте ответы на следующие вопросы:

1. Чем, по Вашему мнению, можно дополнить эту систему, что бы получить максимальные результаты?
2. За счет чего коммерческий банк может существенно улучшить свои финансовые результаты при внедрении изменений в поведении всех сотрудников банка или фирмы, в их ценностной ориентации?
3. Каковы будут достижения морально-этического плана как следствие использования новой системы ориентиров?

#### **Ситуация 10**

Периодические нововведения в различных областях управления являются основой процветания любой компании. Вместе с тем нередко менеджеру приходится сталкиваться с сопротивлением переменам. Какие, по Вашему мнению, действия может предпринять менеджер, чтобы преодолеть такое противодействие инновациям? Какую программу инноваций Вы предложите, если Вас назначат менеджером фирмы?

#### **Ситуация 11**

Найдите варианты решения конфликтов в предложенных ситуациях. Покажите, какими способами можно ослабить напряжение конфликтной ситуации.

А) Конфликт требований или «Ловушка ответственности». Станочники жалуются на ремонтников за то, что те плохо их обслуживают. Столкновение возникает из-за претензий, чаще взаимных. Ремонтники говорят, что станочники имеют низкую квалификацию и слишком часто ломают станки.

Б) Конфликт из-за отсутствия чего-либо. Работнику дано задание, но ему не известны объективные критерии оценки результата.

В) Конфликт типа «Позиционная война» или «Сталкивание интересов». Супруги спорят по поводу проведения отпуска. Жена хочет поехать на теплоходе по Волге, муж - к матери в деревню.

#### **Ситуация 12**

В рамках менеджмента особую роль играет принятие правильных управленческих решений, поскольку от этого зависит успех в бизнесе. В практике встречаются следующие варианты:

руководитель принимает решение и сообщает результат подчиненным, если это необходимо;

руководитель принимает решение и сообщает, почему он его принял;

руководитель принимает решение, но при этом интересуется мнением подчиненных, приветствует их вопросы, получая таким образом возможность проверить решение и в случае необходимости внести изменения;

руководитель принимает решение и представляет его группе на доработку;

руководитель излагает суть проблемы, спрашивает, какие будут предложения, и, выслушав их, принимает решения;

руководитель излагает проблему и просит группу принять решение, оставляя за собой право выбора и утверждение варианта;

руководитель излагает проблему и принимает решение группы.

Какой из предложенных вариантов Вы считаете предпочтительным? Обоснуйте свою позицию.

### **Ситуация 13**

Компания, специализирующаяся на разработке и изготовлении электрических приборов, отменила привилегии для руководящих работников — все без исключения сотрудники фирмы пользуются общей столовой, стоянкой автомашин, летают на обычных пассажирских самолетах. Для руководителей нет отдельных кабинетов. Все рабочие места — комнатухи, разделенные звуконепроницаемыми перегородками высотой в полтора метра, одинаковы для всех — от президента компании до низовых работников. Согласны ли Вы с практикой компании или нет? Что в ней положительного и что отрицательного? Объясните подробно свою позицию.

### **Ситуация 14**

Общепризнано, что менеджер должен быть лидером, оказывающим энергичное воздействие на каждого работника и коллектив в целом, направляющим их действия на достижение целей, поставленных перед фирмой, особенно в условиях проведения инновационной политики. Предложите собственную систему действий менеджера российской фирмы по обеспечению его лидерства в компании. Дайте Ответ на вопрос: может ли увеличивать менеджер свою власть, передав часть ее своим подчиненным (делегирование полномочий), в частности, поручив им ответственные задания? Согласны ли Вы с таким подходом?

### **Ситуация 15**

Один из членов Вашего коллектива внезапно заболел. Каждый сотрудник очень занят срочной работой. Работа отсутствующего также должна быть выполнена в срок. Как Вы поведете себя в такой ситуации?

А. Поручу выполнить работу за отсутствующего одному из своих подчиненных.

Б. Предложу: "Давайте подумаем вместе, кто возьмет на себя эту работу. Ведь она все равно должна быть сделана. Пусть каждый скажет, что он должен выполнить в это период, а затем мы решим вместе как выполнить работу заболевшего".

В. Скажу коллективу: Я очень перегружен работой! Разделите-ка между собой работу заболевшего. Выручайте друг друга и весь коллектив. Человек поправится - отработает. Давайте за дело".

Г. Скажу и сделаю так: "Если никто из вас не сможет выполнить его работу,, я сам сделаю ее!"

Д. Другие варианты.

Определите возможные формы и исполнителей решений. Ответ обоснуйте.

**студента (типовые задачи):**

(4 баллов) - обучающийся показал глубокие знания материала по поставленным вопросам, грамотно, логично его излагает, структурировал и детализировал информацию, избегая простого повторения информации из текста, информация представлена в переработанном виде. Свободно использует необходимые формулы при решении задач;

(3 балла) - обучающийся твердо знает материал, грамотно его излагает, не допускает существенных неточностей в процессе решения задач;

(2 балла) - обучающийся имеет знания основного материала по поставленным вопросам, но не усвоил его деталей, допускает отдельные неточности при решении задач;

(менее 1 баллов) – обучающийся допускает грубые ошибки в ответе на поставленные вопросы и при решении задач

**5.1.3. Оценочные материалы для выполнения рефератов (контролируемые компетенции УК-2, УК-3, УК-6; индикатор достижения компетенций УК-2.3, УК-3.1, УК-6.1, УК-6.2)**

### **Тематика рефератов**

1. Сущность и содержание менеджмента.
2. Менеджмент как тип управления.
3. Основные принципы менеджмента: характер взаимодействия и соотношение.
4. Эффективность управленческих решений в условиях рыночной экономики.
5. Модель современного менеджера.
6. Социальная ответственность и этика менеджмента.
7. Современные формы коммуникаций в менеджменте.
8. Использование целепостановки для формирования организации.
9. Организация как объект управления.
10. Формальное и неформальное управление, основные черты и сочетание.
11. Административное управление и менеджмент: основные черты и особенности.
12. Информация и коммуникации в менеджменте.
13. Управление по результатам.
14. Управление проектом как особый тип управления.
15. Стратегическое управление: сущность, составляющие и связь между ними, проблемы.
16. Стратегия и тактика менеджмента, их влияние на успех организации.
17. Управление фирмой: социально-экономические аспекты.
18. Мотивация деятельности персонала: сущность, содержание, логика процесса мотивации.
19. Менеджмент инновационной организации.
20. Власть и влияние в организации.
21. Человек в системе менеджмента: взаимодействие человека и организации.
22. Влияние принципов управления на развитие крупнейших корпораций мира.
23. Проблема конфликта в менеджменте.
24. Управление личностью и управление группой.
25. Типы организаций и их структуры.
26. Менеджмент в малом бизнесе.
27. Лидерство и власть.
28. Управление конфликтом: типы и методы.
29. Власть и партнерство.
30. Проблема эффективности управления.
31. Маркетинг как тип управления.
32. Стил менеджмента: условия и факторы формирования и развития.



33. Роль и значение Хоторнского эксперимента.
34. Общее и национальные особенности в развитии менеджмента в
35. индустриально развитых странах.
36. Методологические основы менеджмента.
37. Внутренние переменные и их значение для развития организации.
38. Межличностные коммуникации и пути их совершенствования.
39. Принятие решения в менеджменте и основные факторы их оптимизации.
40. Необходимость моделирования. Типы моделей.
41. Основные методы прогнозирования.
42. Эффективная организация распределений полномочий.
43. Бюрократические организационные структуры и их типы.
44. Адаптивные организационные структуры и их типы.
45. Эволюция мотивации в менеджменте.
46. Значение теории Маслоу в мотивационной деятельности на фирме.
47. Хоторнский эксперимент.
48. Управление неформальной организацией.
49. Основные преимущества и недостатки различных форм власти.
50. Поведенческий подход к лидерству.
51. Ситуационные подходы к эффективному лидерству.
52. Управление конфликтной ситуацией и стрессами в менеджменте.

### **Методические рекомендации по написанию реферата**

**Реферат** – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Изложенное понимание реферата как целостного авторского текста определяет критерии его оценки: новизна текста; обоснованность выбора источника; степень раскрытия сущности вопроса; соблюдения требований к оформлению.

**Требования к реферату:** Общий объем реферата 20 листов (шрифт 14 Times New Roman, 1,5 интервал). Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунок Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль

Обязательно наличие: содержания (структура работы с указанием разделов и их начальных номеров страниц), введения (актуальность темы, цель, задачи), основных разделов реферата, заключения (в кратком, резюмированном виде основные положения работы), списка литературы с указанием конкретных источников, включая ссылки на Интернет-ресурсы.

В тексте ссылка на источник делается путем указания (в квадратных скобках) порядкового номера цитируемой литературы и через запятую – цитируемых страниц. **Уровень оригинальности текста – 60%**

#### **Критерии оценки реферата:**

«отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопро-

сы. Обучающийся проявил инициативу, творческий подход, способность к выполнению сложных заданий, организационные способности. Отмечается способность к публичной коммуникации. Документация представлена в срок. Полностью оформлена в соответствии с требованиями

**«хорошо»** – выполнены основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Обучающийся достаточно полно, но без инициативы и творческих находок выполнил возложенные на него задачи. Документация представлена достаточно полно и в срок, но с некоторыми недоработками

**«удовлетворительно»** – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод. Обучающийся выполнил большую часть возложенной на него работы. Допущены существенные отступления. Документация сдана со значительным опозданием (более недели). Отсутствуют отдельные фрагменты.

**«неудовлетворительно»** – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Обучающийся не выполнил свои задачи или выполнил лишь отдельные несущественные поручения. Документация не сдана.

**5.2. Оценочные материалы для рубежного контроля.** Рубежный контроль проводится с целью определения качества освоения учебного материала по разделам, дидактическим единицам дисциплин в установленное время. В каждом семестре проводится три рубежных контрольных мероприятия через каждые треть семестра.

Рубежный контроль по дисциплине проводится в виде коллоквиумов и тестирования.

**5.2.1. Оценочные материалы для коллоквиума (контролируемые компетенции УК-3, УК-6; индикатор достижения компетенций УК-3.1, УК-6.1)**

**Типовые вопросы для коллоквиумов:**

1. Содержание понятия «менеджмент».
2. Основные принципы менеджмента.
3. Условия и предпосылки возникновения менеджмента.
4. Этапы и школы менеджмента
5. Основные этапы эволюции управленческой мысли.
6. Школы управления.
7. Понятие организации, виды организаций. Составляющие успеха организаций.
8. Характеристики внешней среды организации.
9. Внутренние переменные среды организации.
10. Понятие системы. Виды систем. Управляемость системы. Подсистемы.
11. Управленческое решение. Этапы рационального решения проблем.
12. Виды решений. Способы принятия решений.
13. Факторы, влияющие на процесс принятия управленческих решений.
14. Методы принятия решений.
15. Организационные формы управления организацией. Сущность каждой из форм.
16. Стратегическое планирование. Планирование реализации стратегии.
17. Понятие организационной структуры.
18. Внутренняя среда организации.
19. Внешняя среда организации.

20. Понятие, классификация видов планирования.
21. Формы и стадии планирования.
22. Структура бизнес-плана.
23. Содержание и виды маркетинга.
24. Эволюция содержания маркетинга.
25. Цели и задачи маркетинга.
26. Управление маркетингом и комплекс маркетинга.
27. Принципы и методы маркетинга.
28. Цели, задачи и процедура маркетингового исследования.
29. Методы маркетингового исследования.
30. Модель поведения покупателей на потребительском рынке.
31. Модель поведения потребителей на рынках товаров производственного назначения.
32. Основные характеристики покупателей потребительских товаров.
33. Система маркетинговой информации, ее составляющие.
34. Система сбора первичной информации и система анализа информации.
35. Порядок проведения сегментирования рынка.
36. Сегментирование потребительских рынков.
37. Основные виды классификации товаров.
38. Товарная политика.
39. Жизненный цикл товара.
40. Конкурентоспособность товара.
41. Виды цен.
42. Ценовая политика и структура рынка.
43. Элементы комплекса маркетинга.
44. Содержание технологий реализации (продвижения) товара (promotion-технологий).
45. Характеристика основных элементов процесса маркетинговых коммуникаций.
46. Барьеры коммуникации.
47. Содержание понятия «паблик рилейшнз» (PR).
48. Порядок формирования имиджа предприятия.
49. Цели стимулирования потребителя.
50. Средства стимулирования разных целевых групп.
51. Экономическая роль торговой рекламы.
52. Технология мерчендайзинга.
53. Оформление витрины магазина.
54. Роль упаковки в продаже товаров.

### ***Методические рекомендации к подготовке к коллоквиуму***

При подготовке к коллоквиуму следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций и практических занятий и отметить в них имеющиеся вопросы коллоквиума. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

Подготовка к коллоквиуму начинается с установочной консультации преподавателя, на которой он разъясняет развернутую тематику проблемы, рекомендует литературу для изучения и объясняет процедуру проведения коллоквиума. Методические указания состоят из рекомендаций по изучению источников и литературы, вопросов для самопроверки и кратких конспектов ответа, относящихся к пунктам плана каждой темы. Это должно помочь обучающимся целенаправленно организовать работу по овладению материалом и его запоминанию. При подготовке к коллоквиуму следует, прежде всего, просмотреть конспекты лекций и практических занятий и отметить в них имеющиеся вопросы коллоквиума. Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

Коллоквиум проводится в форме индивидуальной беседы преподавателя с каждым обучающимся или беседы в небольших группах (2-3 человека). Обычно преподаватель

задает несколько кратких конкретных вопросов, позволяющих выяснить степень добросовестности работы с литературой, проверяет конспект. Далее более подробно обсуждается какая-либо сторона проблемы, что позволяет оценить уровень понимания.

#### ***Критерии оценивания при коллоквиуме***

Баллы (оценка)	Критерии оценивания
5-6 баллов («отлично»)	<p>Ответы получены 80-100% заданных вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– полно излагает изученный материал, дает правильное определение понятий;</li> <li>– обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;</li> <li>– излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.</li> </ul>
3-4 балла («хорошо»)	<p>Ответы даны на 60-80% заданных вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, установленным для оценки «отлично», но допускает не более 2 негрубых ошибок, которые сам же исправляет, и не более 2 недочетов.</li> </ul>
1-2 балл («удовлетворительно»)	<p>Ответы даны на 40-60% вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обнаруживает знание и понимание основных положений темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий (допускает более 2 негрубых ошибок);</li> <li>– излагает материал непоследовательно, допускает более 2 недочетов.</li> </ul>
0 баллов («неудовлетворительно»)	<p>Ответы даны менее чем на 40% вопросов. Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала (допускает грубые ошибки).</li> </ul>

*Грубые ошибки:* неправильный ответ или пояснения к ответу на поставленный вопрос; неправильное определение базовых терминов по дисциплине.

*Негрубые ошибки:* неточный или неполный ответ на поставленный вопрос; при правильном ответе неумение самостоятельно или полно обосновать и проиллюстрировать его.

*Недочеты:* непоследовательность, неточность в языковом оформлении излагаемого.

#### **5.2.2. Оценочные материалы для проведения тестирования (образцы тестовых заданий) по дисциплине «Менеджмент» (контролируемые компетенции УК-3, УК-6; индикаторы достижения компетенций УК-3.1, УК-6.1)**

Полный банк тестовых заданий по дисциплине представлен в ЭИОС ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова».

Обучающийся, чтобы пройти тестирование, входит в систему open.kbsu.ru под своим личным логином и паролем, выбирает нужную дисциплину и проходит тестирование.

**Тест** – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

## Выберите правильный ответ

1. Умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения людей - ....
2. .... Является основателем школы научного управления
  - а) А. Файоль
  - б) Д. Гетти
  - в) М. Фоллетт
  - г) Ф. Тейлор
3. Автором двухфакторной модели, включающая гигиенические и мотивационные факторы является:
  - а). М.МакКлелланд;
  - б). А.Маслоу;
  - в). К.Альдерфер;
  - г). Ф.Герцберг
4. Иерархичность системы менеджмента проявляется в
  - а) расширяющейся последовательности соподчинения линейных звеньев системы менеджмента.
  - б) совокупности вертикальных и горизонтальных связей системы менеджмента.
  - в) централизации функций менеджмента.
  - г) наличии субъекта управления в организации.
5. Наименее гуманна
  - а) власть примера
  - б) власть, основанная на принуждении
  - в) власть, основанная на вознаграждении
  - г) законная власть
  - д) экспертная власть
6. Решение, не зависящее от прошлого опыта, и основанное на объективном аналитическом процессе называется ...
  - а) аналитическим;
  - б) интуитивным;
  - в) основанным на суждении;
  - г) рациональным.
7. Власть, построенная на силе личных качеств или способностях лидера является ...
  - а) диктаторской;
  - б) принудительной;
  - в) харизматической;
  - г) экспертной.
8. Под процессом деятельности человека понимается:
  - а) изменение параметров объекта с течением времени.
  - б) любое действие, совершаемое человеком.
  - в) совокупность действий, которые совершаются для изменения какого-либо объекта.
  - г) последовательность действий, имеющих необходимый результат.
9. Наиболее точным определением понятия «цель управления» является:
  - а) это предполагаемый результат деятельности.
  - б) это идеал будущего.
  - в) это стремление к успеху.
  - г) это идеальный образ желаемого, возможного и необходимого состояния управляемой системы.
10. Социальной эффективностью менеджмента является:
  - а) увеличение выручки от реализации продукции;
  - б) улучшение условия труда работников;

- в) рост прибыли;
- г) снижение издержек обращения.

**11.** Ученый, который внес наибольший вклад в развитие классической, или административной школы управления -

- а) А. Файоль
- б) Э. Мейо
- в) М. Фоллетт
- г) Ф. Тейлор

**12.** Автор теории трех потребностей — власти, успеха и причастности является:

- а). А.Маслоу;
- б). М.МакКлелланд;
- в). К.Альдерфер;
- г) Ф.Герцберг

**13.** Харизма -

- а) экспертная власть
- б) законная власть
- в) власть примера
- г) власть, основанная на вознаграждении

**14.** По нисходящим коммуникационным связям осуществляется движение информации ...

- а) от поставщика к потребителю;
- б) от служб снабжения к подразделениям;
- в) от руководителя к подчиненному;
- г) от подчиненного к руководителю.

**15.** Под самоменеджментом традиционно понимается ...

- а) проектирование рабочего времени;
- б) построение деловой карьеры;
- в) фейсбилдинг;
- г) усилие менеджера по совершенствованию своей деятельности.

**16.** Не относится к методам управления:

- а) экономические
- б) политические
- в) административные
- г) социально-психологические

**17.** Понятие «механизм управления» имеет следующее содержание:

- а) система управления в действии.
- б) способ обработки информации в процессах управления.
- в) мотивация эффективной деятельности людей.
- г) совокупность средств и методов воздействия на деятельность людей.

**18.** По отношению к внешней среде организационные структуры управления бывают:

- а) механические
- б) органические
- в) дивизиональные
- г) линейные

**19.** Факторы поведения, характеризующие невербальные средства общения:

- а) использование телефона, факса, компьютера.
- б) взгляд и поза в беседе с человеком.
- в) поощрение за хорошую работу и достижение высоких результатов.
- г) проведение собеседований и переговоров.

**20.** Общая цель предприятия, выражающая причину его существования, это:

- а) призвание
- б) миссия

- в) план
- г) стратегия

**21.** Выберите из приведенного списка черты, которые должны обязательно содержаться в формулировке миссии:

- а) отраслевая принадлежность;
- б) получение прибыли;
- в) предназначение организации;
- г) роль для общества

**22.** Автором теории потребностей является:

- а) М.МакКлелланд;;
- б) А.Маслоу;
- в) К.Альдерфер;
- г) Ф.Герцберг

**23.** Весьма нежелательны ошибочные решения менеджера-

- а) для власти примера
- б) для власти, основанной на принуждении
- в) для власти, основанной на вознаграждении
- г) для экспертной власти

**24.** Под открытой системой в менеджменте понимается система ...

- а) взаимодействующая с внешней средой;
- б) состоящая из элементов и подсистем;
- в) объединяющая в себе элементы и связи;
- г) в которой выходные данные можно лишь прогнозировать с известной долей вероятности;

**25.** Модель проблемной ситуации с учетом вероятности наступления событий, оценка результативности каждого этапа и взаимосвязи событий представляет собой метод ...

- а) многомерных матриц;
- б) мозгового штурма;
- в) синектика;
- г) «дерево-решений».

**26.** Горизонтальные связи в структуре управления организацией являются одноуровневыми и носят характер ...

- а) доверия;
- б) взаимного подчинения;
- в) согласования;
- г) кооперации.

**27.** К принципам бюрократической организации не относится:

- а) четкая цель
- б) корпоративный дух
- в) отсутствие социальных отношений
- г) специализация и разделение труда

**28.** Процесс контроля включает

- а) реализацию процедур и линий поведения
- б) выработку стандартов
- в) формирование бюджета
- г) измерение фактических результатов

**29.** Маркетинг – это:

- а) изучение рынка.
- б) управление процессами продвижения товара на рынке.
- в) рекламная деятельность с целью реализации товара на рынке.
- г) тип управления, основанный на учете потребностей.

30. Индикативное планирование с точки зрения его использования в управлении организацией носит \_\_\_\_\_ характер.
- а) директивный;
  - б) рекомендательный;
  - в) обязательный;
  - г) приказной.
31. Автором теории трех потребностей — власти, успехи и причастности является:
- а) М.МакКлелланд;
  - б) А.Маслоу;
  - в) К.Альдерфер;
  - г) Ф.Герцберг
32. Укажите, какая из приведенных ниже формулировок наиболее точно отражает цели мотивации:
- а) удовлетворять потребности людей.
  - б) активизировать деятельность работников и побудить их эффективно трудиться для достижения целей организации.
  - в) заставить людей продуктивно работать.
  - г) вознаградить людей за результаты труда.
33. Использование формы власти \_\_\_\_\_ является наиболее затратным.
- а) основанной на принуждении
  - б) законной власти
  - в) экспертной власти
  - г) основанной на вознаграждении
34. Конфликты \_\_\_\_\_ называются дисфункциональными.
- а) между функциональными подразделениями
  - б) нарушающие выполнение функций
  - в) мешающие решению проблемы
  - г) снижающие групповое сотрудничество
35. Под границами контроля в управлении следует понимать ...
- а) количество уровней управления в организационной структуре управления;
  - б) количество функций выполняемых руководителем;
  - в) объем работ за выполнение, которого определенное лицо несет ответственность;
  - г) число функциональных специалистов в структурном подразделении.
36. Обязательным следствием этапа проверки выполнения управленческого решения должен быть процесс, связанный с ...
- а) организацией выполнения решения;
  - б) планированием реализации решений на будущий период;
  - в) проведением корректировки деятельности организации;
  - г) планированием будущего управленческого решения.
37. Индикативное планирование с точки зрения его использования в управлении организацией носит \_\_\_\_\_ характер.
- а) директивный;
  - б) рекомендательный;
  - в) обязательный;
  - г) приказной.
38. К инновациям относятся ...
- а) новый товар;
  - б) фундаментальная научная идея;
  - в) зарубежная технология производства продукции;
  - г) новая молодежная организация.
39. Соотношение понятий «менеджмент» и «управление» между собой:
- а) это тождественные понятия.



- б) менеджмент является разновидностью управления.
  - в) понятие менеджмент включает процессы, которые связаны с деятельностью человека.
  - г) менеджмент-это одна из характеристик управления.
- 40. Метод управления – это:**
- а) прием расчета показателей в процессе управления.
  - б) разработка порядка совместной деятельности в организации.
  - в) способ обработки полученной информации
  - г) способ воздействия управляющей системы на управляемую.
- 41. Данное определение цены наиболее верно применительно к современным условиям хозяйствования**
- а) Цена – денежное выражение стоимости товара
  - б) Цена – форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена
  - в) Цена – количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель купить единицу товара или услуги
  - г) Цена – количество денег (других товаров или услуг, величина процента), за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги
- 42. Максимизация массы прибыли – это**
- а) Функция цены
  - б) Задача государственной ценовой политики
  - в) Задача ценовой политики фирмы
  - г) Задача ценовой стратегии фирмы
- 43. Данная функция цены исторически наиболее древняя**
- а) Функция стимулирования научно-технического прогресса
  - б) Учетно-измерительная функция
  - в) Функция балансировки спроса и предложения
- 44. Различие понятий «оптовые» и «розничные» цены**
- а) В наличии (отсутствии) розничной торговой организации
  - б) В размере партии продажи товара
  - в) В категории покупателя, ради которого организована продажа
- 45. Правильное перечисление рычагов ценового регулирования в порядке убывания степени их жесткости: предел норматива рентабельности, ценовые коэффициенты, предел торговой надбавки, верхний абсолютный предел цены**
- а) Да
  - б) Нет
- 46. Данное определение следует употребить в качестве синонима понятия «контрактная цена»**
- а) Цена фактической сделки
  - б) Договорная цена
  - в) Цена равновесия
- 47. По данному товару понятие «цена изготовителя» и «оптовая цена закупки (приобретения)» совпадут**
- а) Уголь
  - б) Нефть
  - в) Запасные части для заказной продукции
- 48. Условия «франко» зависят**
- а) От типа товара
  - б) От особенностей его транспортировки
  - в) От рыночной стратегии продавца
  - г) От государственной политики
- 49. Характер цен и методы их определения**
- а) Не зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе

- б) Зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе
- в) Сами диктуют форму управления экономикой
- 50.** Государственное регулирование цен наиболее развито и распространено
  - а) В планово-централизованной системе управления экономикой
  - б) В чисто рыночной системе управления экономикой
  - в) В смешанной системе управления экономикой
- 51.** Формирование цен в условиях рыночной экономики
  - а) С ориентацией исключительно на изменение затрат в процессе производства
  - б) Главным образом в зависимости от потребительных свойств продукции и спроса на нее
  - в) С учетом спроса и предложения на рынке
- 52.** Равновесная цена – цена, при которой равны
  - а. Объем спроса на товар и объем его предложения
  - б. Прибыль и затраты на производство товара
  - в. Объемы реального производства и потенциальные возможности производства
- 53.** При данных условиях возможно использование ценовой дискриминации
  - а) При высокой степени обновляемости продукции
  - б) При значительной разнице в доходах потребителей
  - в) При условии, что покупатели взаимосвязаны
- 54.** Для данного типа продукции целесообразно использование параметрических ценовых методов
  - а) Для взаимозаменяемой
  - б) Для дополняемой
  - в) Для аналогичной
  - г) Для аналогичной продукции с количественно определяемыми параметрами
- 55.** Для данного типа продукции возможно использование бального (экспертного) метода ценообразования
  - а) Для аналогичной продукции производственно-технического назначения
  - б) Для взаимозаменяемой потребительской продукции
  - в) Для аналогичной потребительской продукции
- 56.** Для данной ситуации уровень цены, полученный расчетным методом, вероятно, совпадет с ценой фактической сделки
  - а) Если продавец товара – монополист
  - б) Если рынок данного товара конкурентный
- 57.** Данный метод правомерно использовать для стимулирования сбыта продукции
  - а) Метод полных издержек
  - б) Метод прямых издержек
  - в) Метод «ценовых» комплектов
- 58.** Полная себестоимость отличается от производственной себестоимости
  - а) На величину коммерческих расходов
  - б) На величину прибыли предприятия-производителя
  - в) На величину расходов по оплате труда
- 59.** Издержки производства (или себестоимость) – это
  - а) Расходы, связанные с содержанием производственного оборудования
  - б) Сумма всех затрат на производство продукции
  - в) Сумма денег, получаемая изготовителем при реализации продукции
- 60.** Издержки обращения – это
  - а) Затраты посреднических организаций
  - б) Затраты по транспортировке
  - в) Затраты на производство товара

Полный банк тестовых заданий по дисциплине представлен в системе онлайн-обучения на базе программного обеспечения Moodle со встроенной подсистемой тестирования КБГУ (<https://open.kbsu.ru>). Обучающийся, чтобы пройти тестирование, входит в систему open.kbsu.ru под своим личным логином и паролем, выбирает нужную дисциплину и проходит тестирование.

#### ***Критерии оценивания тестовых средств***

Предел длительности контроля	30 мин
Предлагаемое количество заданий из одного контролируемого подраздела	30 тестовых заданий
Критерии оценки	% выполненных верно тестовых заданий
«4 балла», если	76-100
«3 балла», если	51-75
«2 балла», если	26-50
«1 балл», если	11-25
«0 баллов», если	0-10

**5.3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации.** Промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (модулям). Представляет собой итоговую оценку знаний по дисциплине в виде проведения экзамена.

#### **5.3.1. Вопросы к зачету (контролируемые компетенции УК-3, УК-6; индикаторы достижения компетенций УК-3.1, УК-6.1)**

1. Основные признаки и закономерности теории менеджмента
2. Принципы управления, развитие менеджмента как науки.
3. Развитие научного менеджмента в России
4. Факторы, определяющие сочетание интра- и инфраменеджмента
5. Роль информации в технологии менеджмента.
6. Коммуникации в деятельности человека и организации
7. Понятие и место решения в системе управления. Типология управленческих решений.
8. Условия и факторы качества управленческих решений. Методы принятия управленческих решений
9. Моделирование процесса принятия управленческих решений
10. Планирование и прогнозирование в управлении организацией
11. Сущность, цели и задачи стратегического планирования.
12. Управленческие полномочия и ответственность
13. Мотивация деятельности в менеджменте
14. Контроль в системе управления организацией. Этапы процесса контроля
15. Понятие организации. Формальные и неформальные организации
16. Разновидности коммуникаций. Элементы и этапы коммуникационного процесса.
17. Методы принятия управленческих решений
18. Методы прогнозирования
19. Научные школы менеджмента
20. Организация как функция менеджмента
21. Внешняя и внутренняя среда организации
22. Коммуникационные роли и отношения
23. Функция контроля
24. Централизация и децентрализация управления
25. Власть и влияние. Влияние через участие и убеждение.

26. Управление конфликтной ситуацией и стрессами в менеджменте.
27. Поведенческий подход к лидерству. Теория «Х» и «У» Мак Грегора. Системы Лайкерта
28. Стили руководства. Матрица стилей руководства Блейка-Моутона.
29. Этика деловых отношений
30. Организационная культура в системе менеджмента
31. Сущность и содержание маркетинга.
32. Эволюция маркетинговой концепции.
33. Основные характеристики товара в маркетинге.
34. Жизненный цикл товара.
35. Понятие конкурентоспособности товара и ее составляющие.
36. Виды рынка в зависимости от соотношения спроса и предложения.
37. Классификация информации, используемой в маркетинговых исследованиях.
38. Этапы процесса создания нового товара. Ценовая политика.
39. Методы ценообразования.
40. Система товародвижения и каналы сбыта.
41. Коммуникационная политика и ее составляющие.
42. Товарные стратегии. Матрица Бостонской консалтинговой группы.
43. Сбытовые стратегии и стратегическое планирование в маркетинге.
44. Контроль и организация маркетинговой деятельности.
45. Методы проведения опросов при изучении покупательского спроса.
46. Понятие рекламы и ее виды.
47. Стимулирование сбыта в коммуникационной политике.
48. «Паблик рилейшнз» как средство коммуникационной политики.
49. Сегментация рынка и дифференциация товара.
50. Элементы комплекса маркетинга. Концепция «4Р».
51. Этапы жизненного цикла товара. Маркетинговый аудит.
52. Совершенствование товарной политики предприятия.
53. Товародвижение, сущность, цели и задачи. Каналы распределения.
54. Рынки предприятий и их характеристика. Приобретение товара предприятиями-покупателями.
55. SWOT-анализ и PIMS-анализ, используемые при оценке бизнеса.
56. Понятие и виды конкуренции, методы конкурентной борьбы.
57. Конкурентоспособность предприятия. Этика маркетинга в конкурентная среда.
58. Разработка рекламной компании для продукции предприятия.
59. Ключевые понятия маркетинга. Функции и цели маркетинга предприятия
60. Цели маркетинга в ценовых стратегиях.

*Методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения*

Подготовка к промежуточной аттестации заключается в изучении и тщательной проработке обучающимся учебного материала дисциплины с учетом рекомендованного преподавателем учебно-методического обеспечения. Для обеспечения полноты ответа на вопросы и лучшего запоминания рекомендуется составлять план ответа на каждый вопрос.

### ***Критерии оценивания***

Максимальная сумма баллов, набираемая обучающимся по дисциплине, включает две составляющие:

– *первая составляющая* – оценка регулярности, своевременности и качества выполнения обучающимся учебной работы по изучению дисциплины в течение периода изу-

чения дисциплины (сумма – не более 70 баллов). Баллы, характеризующие успеваемость обучающегося по дисциплине, набираются им в течение всего периода обучения за изучение отдельных тем и выполнение отдельных видов работ. Общий балл складывается в результате проведения текущего и рубежного контроля по дисциплине:

Шкала оценивания			
0-35 баллов	36-50 баллов	51-60 баллов	61-70 баллов
Частичное посещение аудиторных занятий. Неудовлетворительное выполнение заданий на практических (семинарских) занятиях. Плохая подготовка к БРМ. Обучающийся не допускается к промежуточной аттестации	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Частичное выполнение и защита заданий на практических (семинарских) занятиях. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «удовлетворительно»	Полное или частичное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита заданий на практических (семинарских) занятиях. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «хорошо»	Полное посещение аудиторных занятий. Полное выполнение и защита заданий на практических (семинарских) занятиях. Выполнение тестовых заданий, ответы на коллоквиуме на оценки «отлично»

– *вторая составляющая* – оценка знаний обучающегося по результатам промежуточной аттестации – зачета (до 25 баллов):

Шкала оценивания	
Не зачтено (36-60 баллов)	Зачтено (61-70 баллов)
Обучающийся имеет 36-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля. На зачете не выполнил предложенное преподавателем задание. По итогам промежуточного контроля получил 0 баллов	Обучающийся имеет 36-50 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете полностью выполнил одно задание и частично (полностью) второе задание. По итогам промежуточного контроля получил от 11 до 25 баллов. Обучающийся имеет 51-60 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, на зачете выполнил одно задание полностью либо частично выполнил оба задания. По итогам промежуточного контроля получил от 1 до 10 баллов. Обучающемуся, имеющему 61-70 баллов по итогам текущего и рубежного контроля, выставляется отметка «зачтено» без сдачи зачета

#### 5.4. Контроль курсовых работ (проектов)

Курсовая работа (проект) по дисциплине не предусмотрена.

### 6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Типовые задания, обеспечивающие формирование компетенции УК-3, УК-6; индикатор достижения компетенций УК-3.1, УК-6.1, представлены в таблице 7.

Таблица 7. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения (компетенции)	Основные показатели оценки результатов обучения	Вид оценочного материала, обеспечивающий формирование компетенций
--------------------------------------	--	--

<p><b>Код и наименование универсальной компетенции выпускника</b> УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.</p> <p><b>Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции выпускника</b></p> <p>УК-3.1. Способен участвовать в межличностном и групповом взаимодействии, используя методы командообразования и командного взаимодействия, проявлять лидерские качества и умения.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности работы в коллективе;</li> <li>- функции и принципы управления;</li> <li>- понятие социальной ответственности при принятии управленческих решений.</li> </ul>	<p>Оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1.);</p> <p>Оценочные материалы для выполнения рефератов (раздел 5.1.3.);</p> <p>Оценочные материалы для проведения тестирования (раздел 5.2.2.);</p> <p>Оценочные материалы для коллоквиума (раздел 5.2.1.);</p> <p>Оценочные материалы для промежуточной аттестации (раздел 5.3.).</p>
	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- систематизировать и интерпретировать исходную информацию для экономических и социально-экономических показателей деятельности объектов управления;</li> <li>- определить факторы, влияющие на эффективность работы группы;</li> <li>- составить этапы рационального управленческого решения и обосновать выбор метода принятия управленческого решения;</li> <li>- оценить эффективность управленческого решения.</li> </ul>	<p>Оценочные материалы для выполнения рефератов (раздел 5.1.3.);</p> <p>Оценочные материалы для промежуточной аттестации (раздел 5.3.).</p>
	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- лидерскими качествами при формировании малой группы для реализации конкретного экономического проекта;</li> <li>- методами сбора и обработки исходной информации, необходимые для расчета различных показателей деятельности объекта управления;</li> <li>- навыками применения процессного, системного и ситуационного подходов к управлению.</li> </ul>	<p>Оценочные материалы для выполнения рефератов (раздел 5.1.3.);</p> <p>Оценочные материалы для промежуточной аттестации (раздел 5.3.).</p>
<p><b>Код и наименование универсальной компетенции выпускника</b> УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни.</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности работы в коллективе;</li> <li>- сущность управленческого решения и их виды;</li> <li>- методы принятия управленческих решений;</li> <li>- функции и принципы управления.</li> </ul>	<p>Оценочные материалы для устного опроса (раздел 5.1.1.);</p> <p>Оценочные материалы для выполнения рефератов (раздел 5.1.3.);</p> <p>Оценочные материалы для проведения тестирования (раздел 5.2.2.);</p> <p>Оценочные материалы для коллоквиума (раздел 5.2.1.);</p> <p>Оценочные материалы для промежуточной аттестации (раздел 5.3.).</p>
	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- систематизировать и интерпретировать исходную информацию для экономических и социально-</li> </ul>	<p>Оценочные материалы для выполнения рефератов (раздел 5.1.3.);</p> <p>Оценочные материалы для про-</p>

<b>Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции выпускника</b> УК-6.1. Способен оценивать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные), оптимально их использовать для успешного выполнения поставленных задач в избранной сфере профессиональной	экономических показателей деятельности объектов управления; - применять полученные в процессе обучения знания для принятия решений (индивидуальных и коллективных) с учетом экономических, социальных, технико-экономических и других факторов в условиях неопределенности.	межуточной аттестации (раздел 5.3.).
	<b>Владеть:</b> - навыками применения процессного, системного и ситуационного подходов к управлению; - принятия решений и уметь выбирать наиболее рациональные способы их принятия и использовать эффективные формы участия работников (персонала) в их реализации.	Оценочные материалы для выполнения рефератов (раздел 5.1.3.); Оценочные материалы для промежуточной аттестации (раздел 5.3.).

## 7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 7.1. Основная литература

1. Котлер Ф. К73 Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с: ил. — (Серия «Деловой бестселлер»). ISBN 5-94723-952-3
2. Дорофеева Л.И. Менеджмент: учебник / Дорофеева Л.И. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 514 с. — ISBN 978-5-4497-1331-5. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110571.html>
3. Каз Е.М. Общий менеджмент. Эффективная организация: практикум / Каз Е.М.. — Томск : Издательство Томского государственного университета, 2021. — 44 с. — ISBN 978-5-94621-972-3. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116806.html>
4. Менеджмент и маркетинг: практикум /. — Самара : Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2021. — 113 с. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111764.html>
5. Овчаренко Н.А. Основы экономики, менеджмента и маркетинга: учебник для бакалавров / Овчаренко Н.А. — Москва: Дашков и К, 2021. — 162 с. — ISBN 978-5-394-04333-8. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107814.html>
6. Семенов А.К. Менеджмент: учебник для бакалавров / Семенов А.К., Набоков В.И. — Москва: Дашков и К, 2021. — 186 с. — ISBN 978-5-394-04304-8. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107806.html>
7. Сердюкова Л.О. Менеджмент: учебно-методическое пособие / Сердюкова Л.О., Баширзаде Р.Р., Пахомова А.В. — Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2021. — 172 с. — ISBN 978-5-7433-3415-5. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/117207.html>
1. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. Ю. Суслова, Е. В. Щербенко, О. С. Веремеенко, О. Г. Алёшина. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2018. — 380 с. — 978-5-7638-3849-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/84227.html>

2. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Г. Алешина, О. С. Веремеенко, Ю. Ю. Суслова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2017. — 214 с. — 978-5-7638-3588-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/84370.html>

3. Афонасова, М. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие / М. А. Афонасова. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2015. — 106 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72119.html>

#### 7.1. Нормативно-законодательные акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (части 1, 2, 3, 4). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант Плюс: URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).

2. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант Плюс: URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru).

#### 7.2. Дополнительная литература

1. Беляев Ю.М. Инновационный менеджмент: учебник для бакалавров / Беляев Ю.М. — Москва: Дашков и К, 2020. — 220 с. — ISBN 978-5-394-03555-5. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110905.html>

2. Жданкин Н.А. Менеджмент. Управление в цифровой экономике: курс лекций / Жданкин Н.А. — Москва: Издательский Дом МИСиС, 2020. — 252 с. — ISBN 978-5-907226-83-8. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/106720.html>

3. Инновационный менеджмент : учебно-методическое пособие / В.И. Сураат [и др.]. — Москва: Дашков и К, 2021. — 146 с. — ISBN 978-5-394-04287-4. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107787.html>

4. Инновационный менеджмент : учебное пособие / М.Ф. Иванов [и др.]. — Макевка: Донбасская национальная академия строительства и архитектуры, ЭБС АСВ, 2020. — 172 с. — Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/114875.html>

5. Креативный менеджмент : учебное пособие / Г.З. Ахметова [и др.]. — Омск: Омский государственный технический университет, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-8149-3103-0. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115426.html>

1. Современный маркетинг [Электронный ресурс] / Горнштейн М.Ю. - М.: Дашков и К, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394029097.html>

2. Лемешева, Ж. С. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное наглядное пособие / Ж. С. Лемешева. — Электрон. текстовые данные. — М.: Российская таможенная академия, 2017. — 80 с. — 978-5-9590-0964-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/84852.html>

3. Соколова, Н. Г. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: практикум / Н. Г. Соколова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 266 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54505.html>

4. Кметь, Е. Б. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебник / Е. Б. Кметь, А. Г. Ким. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 284 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/43373.html>

5. Соколова Н.Г. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: практикум / Н.Г. Соколова. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016.— 266с.— 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54505.html>

6. Маркетинг [Электронный ресурс]: основной курс, практикум и наглядные пособия / . — Электрон. текстовые данные. — СПб. Проспект Науки, 2016. — 216 с. — 978-5-903090-24-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35845.html>



7. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н.Д. Эриашвили [и др.]. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — 5-238-00883-X. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>

### **7.3. Периодические издания**

1. Информация и безопасность
2. Менеджмент в России и за рубежом

### **7.4. Интернет-ресурсы**

— *профессиональные базы данных:*

1. База данных Science Index (РИНЦ). — URL: <http://elibrary.ru>
2. Национальная электронная библиотека РГБ (имеется режим для людей с нарушением зрения (для слепых и слабовидящих)). — URL: <https://нэб.рф>
3. ЭБС «Лань». — URL: <https://e.lanbook.com/>
4. ЭБС «IPRbooks». — URL: <http://iprbookshop.ru/>
5. Polpred.com. Новости. Обзор СМИ. Россия и зарубежье. — URL: <http://polpred.com>

6. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина. — URL: <http://www.prilib.ru>

— *информационные справочные системы:*

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс». — URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)
2. Портал ГАРАНТ.РУ. — URL: <https://www.garant.ru>
3. Портал КОНСУЛЬТАНТПЛЮС СТУДЕНТУ И ПРЕПОДАВАТЕЛЮ. — URL: [www.consultant.ru/edu/](http://www.consultant.ru/edu/)
4. Портал ГАРАНТ-ОБРАЗОВАНИЕ. — URL: <https://edu.garant.ru>

— *иные интернет-источники:*

1. Научная электронная библиотека «Киберленинка»: <https://cyberleninka.ru/>
2. [Федеральная служба государственной статистики \(rosstat.gov.ru\)](https://rosstat.gov.ru)
3. Информационно-познавательный сайт для экономистов: <http://www.klerk.ru>
4. Сайт для маркетологов Rusability: <https://rusability.ru/>
5. Сайт для маркетологов: <https://adindex.ru/news/index.phtml?date=&action=list>
6. Сайт для маркетологов: <https://spark.ru/>

### **7.5. Методические рекомендации по изучению дисциплин «Менеджмент и маркетинг» для обучающихся**

Цель курса «Менеджмент и маркетинг» - формирование у студентов системных знаний в области теории и практики управления организациями, получение и четкое представление о различных моделях менеджмента в современном мире, возможности их использования в российских условиях, а также умения решать практические вопросы, связанные с управлением различными сторонами деятельности организаций в постоянно меняющейся конкурентной среде, формирование элементарных менеджерских навыков. Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной учебной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий, занести в свою рабочую тетрадь темы и сроки проведения семинаров, написания учебных и творческих работ. При изучении дисциплины обучающиеся выполняют следующие задания: изучают рекомендованную учебную и научную литературу; пишут контрольные работы, готовят доклады и сообщения к практическим занятиям; выполняют самостоятельные творческие работы, участвуют в выполнении практических заданий. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий

Курс изучается на лекциях, семинарах, при самостоятельной и индивидуальной работе обучающихся. Обучающийся для полного освоения материала должен не пропускать занятия и активно участвовать в учебном процессе. Лекции включают все темы и основные вопросы теории и практики страхования. Для максимальной эффективности изучения необходимо постоянно вести конспект лекций, знать рекомендуемую преподавателем литературу, позволяющую дополнить знания и лучше подготовиться к семинарским занятиям.

В соответствии с учебным планом на каждую тему выделено необходимое количество часов практических занятий, которые проводятся в соответствии с вопросами, рекомендованными к изучению по определенным темам. Обучающиеся должны регулярно готовиться к семинарским занятиям и участвовать в обсуждении вопросов. При подготовке к занятиям следует руководствоваться конспектом лекций и рекомендованной литературой. Тематический план дисциплины, учебно-методические материалы, а также список рекомендованной литературы приведены в рабочей программе

В ходе изучения дисциплины обучающийся имеет возможность подготовить реферат по выбранной из предложенного в Рабочей программе списка теме. Выступление с докладом по реферату в группе проводится в форме презентации с использованием мультимедийной техники.

#### ***Методические рекомендации при работе над конспектом во время проведения лекции***

В процессе лекционных занятий целесообразно конспектировать учебный материал. Для этого используются общие и утвердившиеся в практике правила, и приемы конспектирования лекций:

Конспектирование лекций ведется в специально отведенной для этого тетради, каждый лист которой должен иметь поля, на которых делаются пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Целесообразно записывать тему и план лекций, рекомендуемую литературу к теме. Записи разделов лекции должны иметь заголовки, подзаголовки, красные строки. Для выделения разделов, выводов, определений, основных идей можно использовать цветные карандаши и фломастеры.

Названные в лекции ссылки на первоисточники надо пометить на полях, чтобы при самостоятельной работе найти и вписать их. В конспекте дословно записываются определения понятий, категорий и законов. Остальное должно быть записано своими словами.

Каждому студенту необходимо выработать и использовать допустимые сокращения наиболее распространенных терминов и понятий.

#### ***Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям***

Практические (семинарские) занятия – составная часть учебного процесса, групповая форма занятий при активном участии студентов. Практические занятия способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем науки и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы обучающихся. Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к семинарскому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы.

Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся учатся грамотно излагать проблемы, свободно высказывать свои мысли и суждения, рассматривают ситуации, способствующие

развитию профессиональной компетентности. Следует иметь в виду, что подготовка к практическому занятию зависит от формы, места проведения семинара, конкретных заданий и поручений. Это может быть написание доклада, эссе, реферата (с последующим их обсуждением), коллоквиум.

#### ***Методические рекомендации по организации самостоятельной работы***

Самостоятельная работа (по В.И. Далу «самостоятельный – человек, имеющий свои твердые убеждения») осуществляется при всех формах обучения: очной и заочной.

Самостоятельная работа обучающихся - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процесса преподавателей. Повышение роли самостоятельной работы обучающихся при проведении различных видов учебных занятий предполагает:

- оптимизацию методов обучения, внедрение в учебный процесс новых технологий обучения, повышающих производительность труда преподавателя, активное использование информационных технологий, позволяющих обучающемуся в удобное для него время осваивать учебный материал;
- широкое внедрение компьютеризированного тестирования;
- совершенствование методики проведения практик и научно-исследовательской работы обучающихся, поскольку именно эти виды учебной работы в первую очередь готовят обучающихся к самостоятельному выполнению профессиональных задач;
- модернизацию системы курсового и дипломного проектирования, которая должна повышать роль студента в подборе материала, поиске путей решения задач.

Самостоятельная работа приводит студента к получению нового знания, упорядочению и углублению имеющихся знаний, формированию у него профессиональных навыков и умений. Самостоятельная работа выполняет ряд функций:

- развивающую;
- информационно-обучающую;
- ориентирующую и стимулирующую;
- воспитывающую;
- исследовательскую.

В рамках курса выполняются следующие виды самостоятельной работы:

1. Проработка учебного материала (по конспектам, учебной и научной литературе);
2. Выполнение разноуровневых задач и заданий;
3. Работа с тестами и вопросами для самопроверки;
4. Выполнение итоговой контрольной работы.

Студентам рекомендуется с самого начала освоения курса работать с литературой и предлагаемыми заданиями в форме подготовки к очередному аудиторному занятию. При этом актуализируются имеющиеся знания, а также создается база для усвоения нового материала, возникают вопросы, ответы на которые студент получает в аудитории.

Необходимо отметить, что некоторые задания для самостоятельной работы по курсу имеют определенную специфику. При освоении курса студент может пользоваться библиотекой вуза, которая в полной мере обеспечена соответствующей литературой. Значительную помощь в подготовке к очередному занятию может оказать имеющийся в учебно-методическом комплексе краткий конспект лекций. Он же может использоваться и для закрепления полученного в аудитории материала. Самостоятельная работа студентов предусмотрена учебным планом и выполняется в обязательном порядке. Задания предложены по каждой изучаемой теме и могут готовиться индивидуально или в группе. По необходимости студент может обращаться за консультацией к преподавателю. Выполнение заданий контролируется и оценивается преподавателем.

Для успешного самостоятельного изучения материала сегодня используются различные средства обучения, среди которых особое место занимают информационные тех-

нологии разного уровня и направленности: электронные учебники и курсы лекций, базы тестовых заданий и задач. Электронный учебник представляет собой программное средство, позволяющее представить для изучения теоретический материал, организовать апробирование, тренаж и самостоятельную творческую работу, помогающее студентам и преподавателю оценить уровень знаний в определенной тематике, а также содержащее необходимую справочную информацию. Электронный учебник может интегрировать в себе возможности различных педагогических программных средств: обучающих программ, справочников, учебных баз данных, тренажеров, контролирующих программ.

Для успешной организации самостоятельной работы все активнее применяются разнообразные образовательные ресурсы в сети Интернет: системы тестирования по различным областям, виртуальные лекции, лаборатории, при этом пользователю достаточно иметь компьютер и подключение к Интернету для того, чтобы связаться с преподавателем, решать вычислительные задачи и получать знания. Использование сетей усиливает роль самостоятельной работы студента и позволяет кардинальным образом изменить методику преподавания.

Студент может получать все задания и методические указания через сервер, что дает ему возможность привести в соответствие личные возможности с необходимыми для выполнения работ трудозатратами. Студент имеет возможность выполнять работу дома или в аудитории. Большое воспитательное и образовательное значение в самостоятельном учебном труде студента имеет самоконтроль. Самоконтроль возбуждает и поддерживает внимание и интерес, повышает активность памяти и мышления, позволяет студенту своевременно обнаружить и устранить допущенные ошибки и недостатки, объективно определить уровень своих знаний, практических умений. Самое доступное и простое средство самоконтроля с применением информационно-коммуникационных технологий – это ряд тестов «online», которые позволяют в режиме реального времени определить свой уровень владения предметным материалом, выявить свои ошибки и получить рекомендации по самосовершенствованию.

### ***Методические рекомендации по работе с литературой***

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой необходимо учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

*Предварительное* чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

*Сквозное чтение* предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность студенту сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

*Выборочное* – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

*Аналитическое чтение* – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов студент будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в ФОС в перечне вопросов для собеседования. Перечень этих

вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью *изучающего* чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации. Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм:

- медленно прочитать текст, стараясь понять смысл изложенного;
- выделить ключевые слова в тексте;
- постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

Подготовка к экзамену должна проводиться на основе лекционного материала, материала практических занятий с обязательным обращением к основным учебникам по курсу. Это позволит исключить ошибки в понимании материала, облегчит его осмысление, прокомментирует материал многочисленными примерами.

### ***Методические рекомендации по написанию рефератов***

Реферат представляет собой сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами. Написание реферата используется в учебном процессе вуза в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда. Процесс написания реферата включает: выбор темы; подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение; составление плана; написание текста работы и ее оформление; устное изложение реферата.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов. Темы рефератов должны охватывать и дискуссионные вопросы курса. Они призваны отражать передовые научные идеи, обобщать тенденции практической деятельности, учитывая при этом изменения в текущем законодательстве. Рекомендованная ниже тематика рефератов примерная. Студент при желании может сам предложить ту или иную тему, предварительно согласовав ее с научным руководителем.

Реферат, как правило, состоит из введения, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, основного материала, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и заключения, где формируются выводы, оценки, предложения. Общий объем реферата 20 листов.

Технические требования к оформлению реферата следующие. Реферат оформляется на листах формата А4, с обязательной нумерацией страниц, причем номер страницы на первом, титульном, листе не ставится. Поля: верхнее, нижнее, правое, левое – 20 мм. Абзацный отступ – 1,25; Рисунки должны создаваться в циклических редакторах или как рисунк Microsoft Word (сгруппированный). Таблицы выполнять табличными ячейками Microsoft Word. Сканирование рисунков и таблиц не допускается. Выравнивание текста (по ширине страницы) необходимо выполнять только стандартными способами, а не с помощью пробелов. Размер текста в рисунках и таблицах – 12 кегль. На титульном листе реферата нужно указать: название учебного заведения, факультета, номер группы и фамилию, имя и отчество автора, тему, место и год его написания. Рекомендуемый объем работы складывается из следующих составляющих: титульный лист (1 страница), содержание (1 страница), введение (1 – 2 страницы), основная часть, которую можно разделить на главы или разделы (10 – 15 страниц), заключение (1 – 3 страницы), список литературы (1 страница), приложение (не обязательно). Если реферат содержит таблицу, то ее номер и название располагаются сверху таблицы, если рисунок, то внизу рисунка.

Содержательные части реферата – это введение, основная часть и заключение. Введение должно содержать рассуждение по поводу того, что рассматриваемая тема актуальна (то есть современна и к ней есть большой интерес в настоящее время), а также постановку цели исследования, которая непосредственно связана с названием работы. Также во введении могут быть поставлены задачи (но не обязательно, так как работа невелика по объему), которые детализируют цель. В заключении пишутся конкретные выводы.

Содержание реферата студент докладывает на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, студент в течение 7 - 10 минут должен кратко изложить основные положения своей работы. После доклада автор отвечает на вопросы, затем выступают оппоненты, которые заранее познакомились с текстом реферата, и отмечают его сильные и слабые стороны. На основе обсуждения обучающемуся выставляется соответствующая оценка.

### ***Методические рекомендации по подготовке сообщений***

Подготовка материала для сообщения (доклада) аналогична поиску материалов для реферата и эссе. По объему текст, который рекомендуется использовать для сообщения, близок к объему текста эссе: для устного сообщения – не более трех страниц печатного текста. Если сообщение делается в письменном виде – объем его должен быть 3 – 5 страниц.

Устное сообщение может сопровождаться презентацией. Рекомендуемое количество слайдов – около 10. Текст слайда должен дополнять информацию, которая произносится докладчиком во время выступления. Полностью повторять на слайде текст выступления не целесообразно. Приоритет при написании слайдов отдается таблицам, схемам, рисункам, кратким заключениям и выводам.

В сообщении должна быть раскрыта заявленная тема. Приветствуется внимание аудитории к докладу, содержательные вопросы аудитории и достойные ответы на них поощряются более высокой оценкой выступающему.

Время выступления – 10 – 15 минут.

Литература и другие источники могут быть найдены обучающимся самостоятельно или рекомендованы преподавателем (если возникнут сложности с поиском материала по теме); при предложении конкретной темы сообщения преподаватель должен ориентироваться в проблеме и уметь направить студента.

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

### **8.1 Требования к материально-техническому обеспечению**

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, а также помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КБГУ:

Перечень материально-технического обеспечения дисциплины включает в себя:

1. *Учебную аудиторию для проведения учебных занятий – 247.* Оснащена оборудованием и техническими средствами обучения (ноутбук, проектор, интерактивная доска, доска стационарная). Комплект учебной мебели – 24 посадочных места.

2. *Помещение для самостоятельной работы обучающихся – 115. Электронный читальный зал №1.* Оснащен комплектом учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде КБГУ – 28 посадочных мест. Компьютерная техника обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства. Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда КБГУ обеспечивают доступ (удаленный доступ) обучающимся, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

3. *Помещение для самостоятельной работы - 311. Электронный читальный зал №3. Читальный зал естественных и технических наук.* Оснащен комплектом учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде КБГУ. 22 посадочных места. Компьютерная техника обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства. Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда КБГУ обеспечивают доступ (удаленный доступ) обучающимся, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Для проведения занятий имеется необходимый комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- *лицензионное программное обеспечение:*
  - лицензия на офисное программное обеспечение МойОфис Стандартный;
  - лицензия на программное обеспечение средств антивирусной защиты Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 1000-1500 Node 1 year Educational Renewal License (KL4863RAVFQ);
  - права на программное обеспечение для работы с PDF-документами ABBYY FineReader 15 Business;
- *свободно распространяемые программы:*
  - программа-архиватор 7Z;
  - программа для чтения PDF-файлов Adobe Acrobat Reader;
  - интернет-браузеры Mozilla Firefox, Yandex;
- *информационные справочные системы:*
  - «КонсультантПлюс». – URL: <http://www.consultant.ru>
  - «Гарант» (в свободном доступе). – URL: <http://www.garant.ru>

## 8.2. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья созданы специальные условия для получения образования. В целях доступности получения высшего образования по образовательным программам инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:

1. Альтернативная версия официального сайта в сети «Интернет» для слабовидящих;
2. Для инвалидов с нарушениями зрения (слабовидящие, слепые):

– присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь, дублирование вслух справочной информации о расписании учебных занятий; наличие средств для усиления остаточного зрения, брайлевской компьютерной техники, видеоувеличителей, программ невизуального доступа к информации, программ-синтезаторов речи и других технических средств приема-передачи учебной информации в доступных формах для обучающихся с нарушениями зрения;

– задания для выполнения на экзамене/зачете зачитываются ассистентом;

– письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту обучающимся;

3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху (слабослышащие, глухие):

– на экзамене/зачете присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

– экзамен/зачет проводится в письменной форме;

4. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– созданы материально-технические условия, обеспечивающие возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, объекты питания, туалетные и другие помещения университета, а также пребывания в указанных помещениях (наличие расширенных дверных проемов, поручней и других приспособлений);

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

– по желанию обучающегося экзамен/зачет проводится в устной форме.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

### *Материально-техническое обеспечение дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья*

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Аудитория для самостоятельной работы и коллективного пользования специальными техническими средствами для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в КБГУ, аудитория № 145 (Главный корпус КБГУ)	Комплект учебной мебели: - столы и стулья для обучающихся (3 комплекта); - стол для инвалидов-колясочников (1 шт.); - компьютер с подключением к сети и программным обеспечением (3 шт.); - специальная клавиатура (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное	Продукты MICROSOFT (Desktop Education ALNG LicSaPk OLVS Academic Edition Enterprise) подписка (Open Value Subscription) № V 2123829. Kaspersky Endpoint Security Стандартный Russian Edition № лицензии 17E0-180427-50836-287-



	<p>нажатие соседних клавиш) (1 шт.);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принтер для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля VP Columbia (1 шт.);</li> <li>- портативный тактильный дисплей Брайля «Focus 14 Blue» (совместимый с планшетными устройствами, смартфонами и ПК) (1 шт.);</li> <li>- бумага для печати рельефно-точечным шрифтом Брайля, совместимого с принтером VP Columbia;</li> <li>- видеоувеличитель портативный HV-MVC, диагональ экрана – 3,5 дюйма (4 шт.);</li> <li>- сканирующая и читающая машина SARA-CE (1 шт.);</li> <li>- джойстик компьютерный адаптированный, беспроводной (3 шт.);</li> <li>- беспроводная Bluetooth гарнитура с костной проводимостью «AfterShokz Trekz Titanium» (1 шт.);</li> <li>- проводная гарнитура с костной проводимостью «AfterShokz Sportz Titanium» (2 шт.);</li> <li>- проводная гарнитура Defender (1 шт.);</li> <li>- персональный коммуникатор EN-101 (5 шт.);</li> <li>- специальные клавиатуры (с увеличенным размером клавиш, со специальной накладкой, ограничивающей случайное нажатие соседних клавиш);</li> <li>- клавиатура, адаптированная с крупными кнопками + пластиковая накладка, разделяющая клавиши, Беспроводная Clevey Keyboard + Clevey Cove (3 шт.);</li> <li>- джойстик компьютерный Joystick SimplyWorks беспроводной (3 шт.);</li> <li>- ноутбук + приставка для ай-трекинга к ноутбуку PCEye Mini (1 шт)</li> </ul>	<p>197.</p> <p>Программы для создания и редактирования субтитров, конвертирующее речь в текстовый и жестовый форматы на экране компьютера: Майкрософт Диктейт: <a href="https://dictate.ms/">https://dictate.ms/</a>, Subtitle Edit, («Сурдофон») (бесплатные).</p> <p>Программа не визуального доступа к информации на экране компьютера JAWS for Windows (бесплатная).</p> <p>Программа для чтения вслух текстовых файлов (Tiger Software Suit (TSS)) (номер лицензии 5028132082173733).</p> <p>Программа экранного доступа с синтезом речи для слепых и слабовидящих (NVDA) (бесплатная)</p>
--	--	---

**9. Лист изменений (дополнений) в рабочей программе дисциплины (модуля)  
«Менеджмент и маркетинг» по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность,  
специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»  
на 2024 - 2025 учебный год**

№ п/п	Элемент (пункт) РПД	Перечень вносимых изменений (дополнений)	Примечание

*Обсуждена и рекомендована на заседании кафедры менеджмента и маркетинга*

протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

*Заведующий кафедрой* \_\_\_\_\_ / А.Б. Нагоев /

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.