



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

**Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Республики Крым
«Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
(ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова)**

Кафедра электромеханики и сварки

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

_____ Э.Э. Ягъяев

13 марта 2025 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ Э.Э.Ягъяев

13 марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.07 «Менеджмент и маркетинг»

направление подготовки 15.04.01 Машиностроение
магистерская программа «Электромеханика и сварка»

факультет инженерно-технологический

Симферополь, 2025

Рабочая программа дисциплины Б1.О.07 «Менеджмент и маркетинг» для магистров направления подготовки 15.04.01 Машиностроение. Магистерская программа «Электромеханика и сварка» составлена на основании ФГОС ВО, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 14.08.2020 № 1025.

Составитель
рабочей программы _____ Э.Э. Ягьяев
подпись

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
электромеханики и сварки
от 07 марта 2025 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой _____ Э.Э.Ягьяев
подпись

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании УМК инженерно-
технологического факультета
от 13 марта 2025 г., протокол № 4

Председатель УМК _____ Э.Р. Шарипова
подпись

1.Рабочая программа дисциплины Б1.О.07 «Менеджмент и маркетинг» для магистратуры направления подготовки 15.04.01 Машиностроение, магистерская программа «Электромеханика и сварка».

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

2.1. Цель и задачи изучения дисциплины (модуля)

Цель дисциплины (модуля):

– формирование у магистрантов всесторонних знаний, практических навыков решения конкретных задач в области менеджмента и маркетинга в рыночной экономике.

Учебные задачи дисциплины (модуля):

- Ознакомить студентов с основными теоретическими положениями менеджмента и методами управления в условиях рынка;
- Сформировать навыки по выбору и обоснованию конкурентных стратегий;
- Ознакомить с принципами и методами системы управления персоналом;
- Ознакомить с основными теоретическими положениями маркетинга;
- Научить использовать результаты анализа для разработки маркетинговых и управленческих решений.

2.2. Планируемые результаты освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины Б1.О.07 «Менеджмент и маркетинг» направлен на формирование следующих компетенций:

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

УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ОПК-7 - Способен проводить маркетинговые исследования и подготавливать бизнес-планы выпуска и реализации перспективных и конкурентоспособных изделий в области машиностроения;

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

Знать:

- основные категории, понятия, цели, принципы, объекты, субъекты, инструменты, методологические основы и содержание маркетинговой деятельности;
- последовательность проведения научно-исследовательской работы от разработки методики до обобщения результатов исследований;
- основные концепции методологии научных исследований в области производства и обслуживания;

Уметь:

- самостоятельно организовывать маркетинговые исследования различных рынков и рыночных сегментов;
- разрабатывать методики, планы и программы проведения научно-исследовательских работ
- осуществлять научное обоснование методологии научных исследований технических средств

Владеть:

- методами формирования, разработки и реализации стратегических и тактических мер по повышению конкурентной позиции товара и фирмы при проникновении и освоении рынков;
- организацией проведения экспериментов и испытаний, обобщать и анализировать их результаты; аналитическими методами для оценки развития предприятия;
- навыками применения различных методик, методов и приемов проведения научных исследований в области направления подготовки; навыками принятия решений, направленных на достижение стратегических и оперативных целей организации;

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина Б1.О.07 «Менеджмент и маркетинг» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

4. Объем дисциплины (модуля)

(в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся)

Семестр	Общее кол-во часов	кол-во зач. единиц	Контактные часы						СР	Контроль (время на контроль)
			Всего	лек	лаб. зан.	прак т. за н.	сем. зан.	ИЗ		
2	180	5	20	8		12			160	За
Итого по ОФО	180	5	20	8		12			160	

5. Содержание дисциплины (модуля) (структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий)

Наименование тем (разделов, модулей)	Количество часов														Форма текущего контроля
	очная форма							заочная форма							
	Всего	в том числе						Всего	в том числе						
		л	лаб	пр	сем	ИЗ	СР		л	лаб	пр	сем	ИЗ	СР	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Тема															
Тема 1. Сущность и характеристика, предмет изучения и функции менеджмента и маркетинга	17	1		1			15								устный опрос; практическое задание
Тема 2. Понятие маркетинговой среды	17	1		1			15								устный опрос; практическое задание
Тема 3. Система маркетинговой информации в бизнесе	18	1		2			15								устный опрос; практическое задание
Тема 4. Формы и методы выхода на рынок машиностроительного предприятия	17	0,5		1			15								устный опрос; практическое задание
Тема 5. Маркетинговые стратегии	17	0,5		1			15								устный опрос; практическое задание
Тема 6. Маркетинговые исследования рынков	17	1		1			15								устный опрос; практическое задание
Тема 7. Основы осуществления товарной политики предприятия	17	1		1			15								устный опрос
Тема 8. Ценовая политика предприятия	18	1		2			15								устный опрос; практическое задание

Тема 9. Виды маркетинговых коммуникаций	22	0,5		1		20									устный опрос; практическое задание
Тема 10. Управление международным маркетингом	22	0,5		1		20									устный опрос; практическое задание
Всего часов за 2 семестр	180	8		12		160									
Форма пром. контроля	Зачет														
Всего часов дисциплине	180	8		12		160									
часов на контроль															

5. 1. Тематический план лекций

№ лекц	Тема занятия и вопросы лекции	Форма проведения (актив., интерак.)	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1.	<p>Тема лекции: Тема 1. Сущность и характеристика, предмет изучения и функции менеджмента и маркетинга</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Предпосылки становления и развития менеджмента и маркетинга Сущность, цели, предмет и объект дисциплины Этапы развития менеджмента и маркетинга Функции маркетинга</p>	Акт./ Интеракт.	1	
2.	<p>Тема лекции: Тема 2. Понятие маркетинговой среды</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Факторы, определяющие маркетинговую среду Политическая среда маркетинга Правовая основа маркетинговой среды Экономическая среда маркетинга Социально-культурная и научно-техническая среда маркетинга</p>	Акт./ Интеракт.	1	

3.	<p>Тема лекции: Тема 3. Система маркетинговой информации в бизнесе</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Маркетинговая информационная система бизнеса Система маркетинговой информации в</p>	Акт./ Интеракт.	1	
4.	<p>Тема лекции: Тема 4. Формы и методы выхода на рынок машиностроительного предприятия</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Способы выхода предприятия на рынок Совместная предпринимательская деятельность Факторы, влияющие на выбор способа выхода предприятия на рынок</p>	Акт./ Интеракт.	0,5	
5.	<p>Тема лекции: Тема 5. Маркетинговые стратегии</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на рынке Сущность ассортиментной политики предприятия Основные товарные стратегии современного маркетинга Виды маркетинговых стратегий</p>	Акт./ Интеракт.	0,5	
6.	<p>Тема лекции: Тема 6. Маркетинговые исследования рынков</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Основные виды маркетинговых исследований Маркетинговые исследования внешнего рынка Позиционирование товара и фирмы на рынках</p>	Акт./ Интеракт.	1	

7.	<p>Тема лекции: Тема 7. Основы осуществления товарной политики предприятия</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Качество товара и конкурентоспособность предприятия Товарная номенклатура и товарный ассортимент Особенности жизненного цикла товара Упаковка и маркировка товаров Брендинг как составная часть товарной политики</p>	Акт./ Интеракт.	1	
8.	<p>Тема лекции: Тема 8. Ценовая политика предприятия</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Сущность ценовой политики Основные факторы, оказывающие влияние на уровень цен Разновидность цен Влияние Интернета на ценовую политику</p>	Акт./ Интеракт.	1	
9.	<p>Тема лекции: Тема 9. Виды маркетинговых коммуникаций</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Сущность политики продвижения товара Реклама, виды и особенности их воздействия на покупателей Коммуникации в многоуровневом (сетевом) маркетинге</p>	Акт./ Интеракт.	0,5	
10.	<p>Тема лекции: Тема 10. Управление международным маркетингом</p> <p><i>Основные вопросы:</i> Сущность управления международным маркетингом Управление стратегическими бизнес- Планирование маркетинга</p>	Акт./ Интеракт.	0,5	
	Итого		8	0

5. 2. Темы практических занятий

№ занятия	Наименование практического занятия	Форма проведения (актив., интерак.)	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
1.	Тема практического занятия: Тема 1. Организационно-правовые формы предприятия	Интеракт.	1	
2.	Тема практического занятия: Тема 2. Внутренняя и внешняя среды организации	Интеракт.	1	
3.	Тема практического занятия: Тема 3. Методы управления (организационно-распорядительные, экономические, психологические) на предприятии	Интеракт.	2	
4.	Тема практического занятия: Тема 4. Виды мотивации труда для сотрудников	Акт./ Интеракт.	2	
5.	Тема практического занятия: Тема 5. Принятие управленческих решений	Акт./ Интеракт.	2	
6.	Тема практического занятия: Тема 6. Имидж менеджера	Акт./ Интеракт.	2	
7.	Тема практического занятия: Тема 7. Оценка уровня организации системы управления <i>Основные вопросы:</i> Основные команды	Акт./ Интеракт.	2	
	Итого			

5. 3. Темы семинарских занятий

(не предусмотрены учебным планом)

5. 4. Перечень лабораторных работ

(не предусмотрено учебным планом)

5. 5. Темы индивидуальных занятий

(не предусмотрено учебным планом)

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа по данной дисциплине включает такие формы работы как: работа с базовым конспектом; подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу; подготовка к зачету.

6.1. Содержание самостоятельной работы студентов по дисциплине (модулю)

№	Наименование тем и вопросы, выносимые на самостоятельную работу	Форма СР	Кол-во часов	
			ОФО	ЗФО
1	Тема 1. Сущность и характеристика, предмет изучения и функции менеджмента и маркетинга Основные вопросы: Современные аспекты конкуренции. Структура службы маркетинга.	подготовка к устному опросу; подготовка к практическому занятию	15	
2	Тема 2. Понятие маркетинговой среды Основные вопросы: Преимущества, недостатки и ограничения применения стратегий маркетинга. Факторы, требующие адаптивной стратегии маркетинга	подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу	15	
3	Тема 3. Система маркетинговой информации в бизнесе Основные вопросы: Понятие о рынке как сфере товарно-денежного обращения Рынки экономических сообществ государств и национальные рынки.	подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу	15	
4	Тема 4. Формы и методы выхода на рынок машиностроительного предприятия Основные вопросы: Роль и значение спроса. Исследование потребителей	подготовка к устному опросу; подготовка к практическому занятию	15	

5	<p>Тема 5. Маркетинговые стратегии</p> <p>Основные вопросы: Специфика выбора целевых внешних рынков, критерии ранжирования.</p> <p>Общее и особенное в поиске целевых сегментов потребителей .</p>	подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу	15	
6	<p>Тема 6. Маркетинговые исследования рынков</p> <p>Основные вопросы: Проблемы осуществления международных маркетинговых исследований Проведение сравнительного анализа рынков и рыночных сегментов по критериям привлекательности и конкурентоспособности</p>	подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу	15	
7	<p>Тема 7. Основы осуществления товарной политики предприятия</p> <p>Основные вопросы: Товарный знак. Товарная марка и подходы к ее созданию.</p>	подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу	15	
8	<p>Тема 8. Ценовая политика предприятия</p> <p>Основные вопросы: Структура цены. Способы включения транспортных расходов в цену продукции.</p>	подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу	15	
9	<p>Тема 9. Виды маркетинговых коммуникаций</p> <p>Основные вопросы: Маркетинговые инструменты, воздействующие на внешнюю среду в рамках коммуникационной политики. Задачи коммуникационной политики и пути их решения.</p>	подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу	20	
10	<p>Тема 10. Управление международным маркетингом</p> <p>Основные вопросы: Качественные изменения в международном маркетинге в условиях глобализации. Сущность и характеристика макропирамидальной структуры.</p>	подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу	20	
	Итого		160	

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Дескрипторы	Компетенции	Оценочные средства
УК-3		
Знать	основные концепции методологии научных исследований в области производства и обслуживания	устный опрос; практическое задание
Уметь	осуществлять научное обоснование методологии научных исследований технических средств	практическое задание; устный опрос
Владеть	навыками применения различных методик, методов и приемов проведения научных исследований в области направления подготовки; навыками принятия решений, направленных на достижение стратегических и оперативных целей организации	зачет
УК-6		
Знать	последовательность проведения научно-исследовательской работы от разработки методики до обобщения результатов исследований	устный опрос; практическое задание
Уметь	разрабатывать методики, планы и программы проведения научно-исследовательских работ	практическое задание; устный опрос
Владеть	организацией проведения экспериментов и испытаний, обобщать и анализировать их результаты; аналитическими методами для оценки развития предприятия	зачет
ОПК-7		
Знать	основные категории, понятия, цели, принципы, объекты, субъекты, инструменты, методологические основы и содержание маркетинговой деятельности	устный опрос
Уметь	самостоятельно организовывать маркетинговые исследования различных рынков и рыночных сегментов	практическое задание; устный опрос

Владеть	методами формирования, разработки и реализации стратегических и тактических мер по повышению конкурентной позиции товара и фирмы при проникновении и освоении рынков	зачет
----------------	--	-------

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценочные средства	Уровни сформированности компетенции			
	Компетентность несформирована	Базовый уровень компетентности	Достаточный уровень компетентности	Высокий уровень компетентности
практическое задание	Не выполнена или выполнена с грубыми нарушениями, выводы не соответствуют цели работы.	Выполнена частично или с нарушениями, выводы не соответствуют цели.	Работа выполнена полностью, отмечаются несущественные недостатки в оформлении.	Работа выполнена полностью, оформлена по требованиям.
устный опрос	Не раскрыт полностью ни один вопросов	вопросы раскрыты с замечаниями, однако логика соблюдена.	Вопросы раскрыты с несущественным и замечаниями.	вопросы полностью раскрыты.
зачет	Теоретические вопросы освещены менее 50 %, или решено 1 практическое задание .	Теоретические вопросы освещены на 51% и решено 1 практическая задание полностью, а вторая с замечаниями	Теоретические вопросы освещены на 80% и практические задания выполнены с небольшими замечаниями или полностью	Теоретические вопросы освещены в полном объеме и практические задания выполнены без замечаний

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

7.3.1. Примерные практические задания

- 1.Обработка экспериментальных данных методом наименьших квадратов.
- 2.Обработка экспериментальных данных при полном и дробном факторном экспериментах
- 3.Последовательность моделирования структуры системы. Декомпозиция систем.

4. Моделирование процесса съема материала при механической обработке.

5. Выбор маршрута обработки детали методом динамического программирования

6. Метод линейного программирования, оптимизация входных переменных методом линейного программирования

7. Дать характеристику общей теории систем

7.3.2. Примерные вопросы для устного опроса

1. Дайте определение понятиям «объект» и «субъект».

2. Дайте определение понятиям «потребность» и «желание».

3. Дайте определение понятиям, «проблема», «цель».

4. Укажите, что понимается в системном анализе под целью с позиции субъекта.

5. Укажите, что понимается в системном анализе под целью с позиции объекта.

6. Перечислите основные особенности целей.

7. Поясните, что понимается под проблематикой.

8. Раскройте суть особенности субъективности целеполагания.

9. Укажите субъективные ограничения целеполагания.

10. Укажите объективные ограничения целеполагания.

7.3.3. Вопросы к зачету

1. Сущность и характеристика, предмет изучения и функции менеджмента и маркетинга

2. Предпосылки становления и развития менеджмента и маркетинга

3. Сущность, цели, предмет и объект менеджмента и маркетинга

4. Этапы развития международного маркетинга

5. Функции менеджмента и маркетинга

6. Понятие маркетинговой среды

7. Факторы, определяющие маркетинговую среду машиностроительного предприятия

8. Политическая среда маркетинга

9. Правовая основа маркетинговой среды

10. Экономическая среда маркетинга

11. Социально-культурная и научно-техническая среда маркетинга

12. Система маркетинговой информации в бизнесе

13. Маркетинговая информационная система бизнеса

14. Система маркетинговой информации в

15. Формы и методы выхода на рынок машиностроительного предприятия

16. Способы выхода предприятия на рынок

17. Совместная предпринимательская деятельность
18. Прямое инвестирование
19. Факторы, влияющие на выбор способа выхода предприятия на рынок
20. Маркетинговые стратегии
21. Конкурентоспособность фирмы и ее продукции на рынке
22. Сущность ассортиментной политики предприятия
23. Основные товарные стратегии современного маркетинга
24. Виды маркетинговых стратегий
25. Бренд и его роль в продвижении товара на международный рынок
26. Качественные изменения в международном маркетинге в условиях глобализации.
27. Роль и место ТНК в международном маркетинге.
28. Современные аспекты конкуренции.
29. Структура службы маркетинга.
30. Основные стратегии международного маркетинга: глобализации (стандартизации) и мультинационализации (адаптации).
31. Преимущества, недостатки и ограничения применения стратегий маркетинга.

32. Факторы, требующие адаптивной стратегии маркетинга
33. Понятие о рынке как сфере товарно-денежного обращения.
34. Рынки экономических сообществ государств и национальные рынки.
35. Международные и национальные маркетинговые ассоциации. Цели, задачи, направления деятельности.
36. Роль и значение спроса.
37. Исследование потребителей.
38. Защита прав потребителей.
39. Специфика выбора целевых внешних рынков, критерии ранжирования.
40. Общее и особенное в поиске целевых сегментов потребителей .
41. Учет феномена глобализации культуры потребления.
42. Маркетинговые исследования рынков
43. Основные виды маркетинговых исследований
44. Маркетинговые исследования внешнего рынка
45. Позиционирование товара и фирмы на рынках
46. Основы осуществления товарной политики предприятия
47. Качество товара и конкурентоспособность предприятия
48. Решения о производстве товара
49. Товарная номенклатура и товарный ассортимент
50. Особенности жизненного цикла товара
51. Упаковка и маркировка товаров
52. Бренддинг как составная часть товарной политики
53. Сервисное обслуживание в товарной политике
54. Всеобщее управление качеством товара
55. Ценовая политика в маркетинге
56. Сущность ценовой политики

57. Основные факторы, оказывающие влияние на уровень цен
58. Разновидность цен
59. Влияние Интернета на ценовую политику
60. Управление ценами
61. Виды маркетинговых коммуникаций
62. Сущность политики продвижения товара
63. Реклама, виды и особенности их воздействия на покупателей
64. Связи с общественностью
65. Стимулирование продаж
66. Коммуникации в многоуровневом (сетевом) маркетинге
67. Call-центр как эффективный центр коммуникаций
68. Управление международным маркетингом
69. Сущность управления международным маркетингом
70. Управление стратегическими бизнес-единицами
71. Планирование маркетинга
72. Организация международного маркетинга
73. Маркетинговый контроль
74. Проблемы осуществления международных маркетинговых исследований
75. Проведение сравнительного анализа рынков и рыночных сегментов по критериям привлекательности и конкурентоспособности
76. Сопоставление данных маркетинговых исследований.
77. Особенности сбора информации о внешних рынках.
78. Товарный знак.
79. Товарная марка и подходы к ее созданию.
80. Модели разработки торговой марки.
81. Правовая защита товарных знаков.
82. Структура цены.
83. Способы включения транспортных расходов в цену продукции.
84. Виды маркетинговых коммуникаций
85. Маркетинговые инструменты, воздействующие на внешнюю среду в рамках коммуникационной политики.
86. Персональная продажа.
87. Спонсорство.
88. Задачи коммуникационной политики и пути их решения.
89. Сущность и характеристика макропирамидальной структуры.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

7.4.1. Оценивание практического задания

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Знание теоретического материала по предложенной проблеме	Теоретический материал усвоен	Теоретический материал усвоен и осмыслен	Теоретический материал усвоен и осмыслен, может быть применен в различных ситуациях по необходимости
Овладение приемами работы	Студент может применить имеющиеся знания для решения новой задачи, но необходима помощь преподавателя	Студент может самостоятельно применить имеющиеся знания для решения новой задачи, но возможно не более 2 замечаний	Студент может самостоятельно применить имеющиеся знания для решения новой задачи
Самостоятельность	Задание выполнено самостоятельно, но есть не более 3 замечаний	Задание выполнено самостоятельно, но есть не более 2 замечаний	Задание выполнено полностью самостоятельно

7.4.2. Оценивание устного опроса

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Полнота и правильность ответа	Ответ полный, но есть замечания, не более 3	Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2	Ответ полный, последовательный, логичный
Степень осознанности, понимания изученного	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно
Языковое оформление ответа	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 4	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 2	Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи

7.4.3. Оценивание зачета

Критерий оценивания	Уровни формирования компетенций		
	Базовый	Достаточный	Высокий
Полнота ответа, последовательность и логика изложения	Ответ полный, но есть замечания, не более 3	Ответ полный, последовательный, но есть замечания, не более 2	Ответ полный, последовательный, логичный
Правильность ответа, его соответствие рабочей программе учебной дисциплины	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 3	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины, но есть замечания, не более 2	Ответ соответствует рабочей программе учебной дисциплины
Способность студента аргументировать свой ответ и приводить примеры	Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 3 несоответствий	Ответ аргументирован, примеры приведены, но есть не более 2 несоответствий	Ответ аргументирован, примеры приведены
Осознанность излагаемого материала	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 3 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно, но есть не более 2 несоответствий	Материал усвоен и излагается осознанно
Соответствие нормам культуры речи	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 4	Речь, в целом, грамотная, соблюдены нормы культуры речи, но есть замечания, не более 2	Речь грамотная, соблюдены нормы культуры речи
Качество ответов на вопросы	Есть замечания к ответам, не более 3	В целом, ответы раскрывают суть вопроса	На все вопросы получены исчерпывающие ответы

7.5. Итоговая рейтинговая оценка текущей и промежуточной аттестации студента по дисциплине

По учебной дисциплине «Менеджмент и маркетинг» используется 4-балльная система оценивания, итог оценивания уровня знаний обучающихся предусматривает зачёт. Зачет выставляется во время последнего практического занятия при условии выполнения не менее 60% учебных поручений, предусмотренных учебным планом и РПД. Наличие невыполненных учебных поручений может быть основанием для дополнительных вопросов по дисциплине в ходе промежуточной аттестации. Во всех остальных случаях зачет сдается обучающимися в даты, назначенные преподавателем в период соответствующий промежуточной аттестации.

$$R = \sum_i^n T_i + \mathcal{E}, \text{ где}$$

T_i – рейтинговая оценка студента по всем формам текущего контроля;

\mathcal{E} – рейтинговая оценка студента по результатам экзамена (зачета).

Шкала оценивания текущей и промежуточной аттестации студента

Уровни формирования компетенции	Оценка по четырехбалльной шкале
	для зачёта
Высокий	зачтено
Достаточный	
Базовый	
Компетенция не сформирована	не зачтено

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**Основная литература.**

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-метод пособие, др.)	Кол-во в библи.
1.	Усманов, В. В. Менеджмент и маркетинг в сервисе : учебное пособие / В. В. Усманов, И. В. Марусева, А. В. Кокарева. - Пенза : ПензГТУ, 2012. - 324 с.	Учебные пособия	https://e.lanbook.com/book/62578
2.	Вицко, Е. А. Менеджмент и маркетинг : учебное пособие / Е. А. Вицко. - Санкт-Петербург : НИУ ИТМО, 2014. - 46 с.	Учебно-методические пособия	https://e.lanbook.com/book/70901
3.	Менеджмент и маркетинг в сфере культуры. Практикум: учеб. пособие / Е. Л. Шекова [и др.] ; ред. Е. Л. Шекова. - СПб. М. Краснодар: Лань; СПб. М. Краснодар Планета музыки, 2012. - 160 с.	учебное пособие	11
4.	Пивоваров С.Э. Международный менеджмент: учебник для студентов вуз, обучающихся по специальности "Менеджмент" / С. Э. Пивоваров, И. Максимцев, Л. Тарасевич. - М. СПб. Харьков: Питер, 2013. - 720 с.	учебник	10

Дополнительная литература.

№ п/п	Библиографическое описание	Тип (учебник, учебное пособие, учебно-метод пособие, др.)	Кол-во в библи.
1.	Анцупов А.Я. Социально-психологическая оценка персонала: учеб. пособ. для студ.вузов, обч. по спец. "Управление персоналом" (080505), "Менеджмент организаций" (080507), "Психология" (030301) / А. Я. Анцупов, В. В. Ковалев. - М.: Проспект, 2014. - 392 с.	учебное пособие	10
2.	Адаманова З.О. Международный менеджмент: учебное пособие / З. О. Адаманова. - Симферополь: Крымспедгиз, 2014. - 116 с.	учебное пособие	4
3.	Инновационный менеджмент: Учебник для студентов вузов, обуч. по направлению "Менеджмент" (степень(квалификация)-магистратуры) / В. Я. Горфинкель [и др.] ; ред.: В. Я. Горфинкель, Т. Г. Попадюк ; рец.: В. К. Ващенко, Л. М. Бадалов. - М.: Вузовский учебник; М.ИНФРА-М, 2014. - 380 с.	учебник	10
4.	Внешекономическая деятельность предприятия: учеб. пособие по дисц. специализ. спец. "Менеджмент организации". Соответствует ФГОС 3-го поколения / ред. И. Н. Иванов ; рец.: О. В. Юзов, О. А. Белимова. - М.: Инфра-М, 2014. - 297 с.	учебное пособие	10

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

- 1.Поисковые системы: <http://www.rambler.ru>, <http://yandex.ru>,
- 2.Федеральный образовательный портал www.edu.ru.
- 3.Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/ru>
- 4.Государственная публичная научно-техническая библиотека России URL: <http://gpntb.ru>.
- 5.Государственное бюджетное учреждение культуры Республики Крым «Крымская республиканская универсальная научная библиотека» <http://franco.crimealib.ru/>
- 6.Педагогическая библиотека <http://www.pedlib.ru/>
- 7.Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (РИНЦ) <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Общие рекомендации по самостоятельной работе магистрантов

Подготовка современного магистранта предполагает, что в стенах университета он овладеет методологией самообразования, самовоспитания, самосовершенствования. Это определяет важность активизации его самостоятельной работы.

Самостоятельная работа формирует творческую активность магистрантов, представление о своих научных и социальных возможностях, способность вычленять главное, совершенствует приемы обобщенного мышления, предполагает более глубокую проработку ими отдельных тем, определенных программой.

Основными видами и формами самостоятельной работы студентов по данной дисциплине являются: самоподготовка по отдельным вопросам; работа с базовым конспектом; подготовка к практическому занятию; подготовка к устному опросу; подготовка к зачету.

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной литературы. Основная функция учебников – ориентировать в системе тех знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими специалистами. Учебник также служит путеводителем по многочисленным произведениям, ориентируя в именах авторов, специализирующихся на определённых научных направлениях, в названиях их основных трудов. Вторая функция учебника в том, что он очерчивает некий круг обязательных знаний по предмету, не претендуя на глубокое их раскрытие.

Чтение рекомендованной литературы – это та главная часть системы самостоятельной учебы магистранта, которая обеспечивает подлинное усвоение науки. Читать эту литературу нужно по принципу: «идея, теория, метод в одной, в другой и т.д. книгах».

Во всех случаях рекомендуется рассмотрение теоретических вопросов не менее чем по трем источникам. Изучение проблемы по разным источникам - залог глубокого усвоения науки. Именно этот блок, наряду с выполнением практических заданий является ведущим в структуре самостоятельной работы студентов.

Вниманию магистрантов предлагаются список литературы, вопросы к самостоятельному изучению и вопросы к зачету.

Для успешного овладения дисциплиной необходимо выполнять следующие требования:

- 1) выполнять все определенные программой виды работ;
- 2) посещать занятия, т.к. весь тематический материал взаимосвязан между собой и, зачастую, самостоятельного теоретического овладения пропущенным материалом недостаточно для качественного его усвоения;

- 3) все рассматриваемые на занятиях вопросы обязательно фиксировать в отдельную тетрадь и сохранять её до окончания обучения в вузе;
- 4) проявлять активность при подготовке и на занятиях, т.к. конечный результат овладения содержанием дисциплины необходим, в первую очередь, самому бакалавру;
- 5) в случаях пропуска занятий по каким-либо причинам обязательно отрабатывать пропущенное преподавателю во время индивидуальных консультаций.

Внеурочная деятельность магистранта по данной дисциплине предполагает:

- самостоятельный поиск ответов и необходимой информации по предложенным вопросам;
- выполнение практических заданий;
- выработку умений научной организации труда.

Успешная организация времени по усвоению данной дисциплины во многом зависит от наличия у магистранта умения самоорганизовать себя и своё время для выполнения предложенных домашних заданий. Объём заданий рассчитан максимально на 2-3 часа в неделю. При этом алгоритм подготовки будет следующим:

- 1 этап – поиск в литературе теоретической информации по предложенным преподавателем вопросам;
- 2 этап – осмысление полученной информации, освоение терминов и понятий;
- 3 этап – составление плана ответа на каждый вопрос;
- 4 этап – поиск примеров по данной проблематике.

Работа с базовым конспектом

Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций в различных формах их проведения: проблемные лекции с элементами эвристической беседы, информационные лекции, лекции с опорным конспектированием, лекции-визуализации.

На лекциях преподаватель рассматривает вопросы программы курса, составленной в соответствии с государственным образовательным стандартом. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу.

Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям.

Во время самостоятельной проработки лекционного материала особое внимание следует уделять возникшим вопросам, непонятным терминам, спорным точкам зрения. Все такие моменты следует выделить или выписать отдельно для дальнейшего обсуждения на практическом занятии. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией. Полный список литературы по дисциплине приведен в рабочей программе дисциплины.

Подготовка к практическому занятию

Методические рекомендации по подготовке к практическим занятиям

Подготовка к практическому занятию включает следующие элементы самостоятельной деятельности: четкое представление цели и задач его проведения; выделение навыков умственной, аналитической, научной деятельности, которые станут результатом предстоящей работы.

Выработка навыков осуществляется с помощью получения новой информации об изучаемых процессах и с помощью знания о том, в какой степени в данное время студент владеет методами исследовательской деятельности, которыми он станет пользоваться на практическом занятии.

Следовательно, работа на практическом занятии направлена не только на познание студентом конкретных явлений внешнего мира, но и на изменение самого себя.

Второй результат очень важен, поскольку он обеспечивает формирование таких общекультурных компетенций, как способность к самоорганизации и самообразованию, способность использовать методы сбора, обработки и интерпретации комплексной информации для решения организационно-управленческих задач, в том числе находящихся за пределами непосредственной сферы деятельности студента. Процессы и явления, выделяют основные способы доказательства авторами научных работ ценности того, чем они занимаются.

В ходе самого практического занятия студенты сначала представляют найденные ими варианты формулировки актуальности исследования, обсуждают их и обосновывают свое мнение о наилучшем варианте.

Объем заданий рассчитан максимально на 1-2 часа в неделю.

Подготовка к устному опросу

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки устных ответов студентов:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

Подготовка к зачету

Зачет является традиционной формой проверки знаний, умений, компетенций, сформированных у студентов в процессе освоения всего содержания изучаемой дисциплины. Обычный зачет отличается от экзамена только тем, что преподаватель не дифференцирует баллы, которые он выставляет по его итогам.

Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра, а не за несколько дней до его проведения.

Подготовка включает следующие действия. Прежде всего нужно перечитать все лекции, а также материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра. Затем надо соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к зачету. Если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуются делать краткие записи. Речь идет не о шпаргалке, а о формировании в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Накануне зачета необходимо повторить ответы, не заглядывая в записи. Время на подготовку к зачету по нормативам университета составляет не менее 4 часов.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости))

Информационные технологии применяются в следующих направлениях:
оформление письменных работ выполняется с использованием текстового редактора;

демонстрация компьютерных материалов с использованием мультимедийных технологий;

использование информационно-справочного обеспечения, такого как: правовые справочные системы (Консультант+ и др.), онлайн словари, справочники (Грамота.ру, Интуит.ру, Википедия и др.), научные публикации.

использование специализированных справочных систем (электронных учебников, справочников, коллекций иллюстраций и фотоизображений, фотобанков, профессиональных социальных сетей и др.).

OpenOffice Ссылка: <http://www.openoffice.org/ru/>

Mozilla Firefox Ссылка: <https://www.mozilla.org/ru/firefox/new/>

Libre Office Ссылка: <https://ru.libreoffice.org/>

Do PDF Ссылка: <http://www.dopdf.com/ru/>

7-zip Ссылка: <https://www.7-zip.org/>

Free Commander Ссылка: <https://freecommander.com/ru>

be Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>попо

Gimp (графический редактор) Ссылка: <https://www.gimp.org/>

ImageMagick (графический редактор) Ссылка: <https://imagemagick.org/script/index.php>

VirtualBox Ссылка: <https://www.virtualbox.org/>

Adobe Reader Ссылка: <https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html>

Операционная система Windows 8.1 Лицензионная версия по договору №471\1 от 11.12.2014 г.

Электронно-библиотечная система Библиокомплектатор

Национальна электронная библиотека - федеральное государственное бюджетное учреждение «Российская государственная библиотека» (ФГБУ «РГБ»)

Редакция Базы данных «ПОЛПРЕД Справочники»

Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

-компьютерный класс и доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки) (должен быть приложен график занятости компьютерного класса);

- проектор, совмещенный с ноутбуком для проведения лекционных занятий преподавателем и презентации студентами результатов работы
- раздаточный материал для проведения групповой работы;
- методические материалы к практическим и лабораторным занятиям, лекции (рукопись, электронная версия), дидактический материал для студентов (тестовые задания, мультимедийные презентации);

13. Особенности организации обучения по дисциплине обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;
- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счет альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи чeskих занятий, выступления с докладами и защитой выполненных работ, проведение тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, – не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин., – продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

14. Виды занятий, проводимых в форме практической подготовки

(не предусмотрено при изучении дисциплины)