

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 11 » октября 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Менеджмент и маркетинг
(наименование)

Форма обучения: очная
(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: специалитет
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 108 (3)
(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 21.05.06 Нефтегазовая техника и технологии
(код и наименование направления)

Направленность: Разработка и эксплуатация нефтяных и газовых месторождений (СУОС)
(наименование образовательной программы)

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель – формирование, систематизация и закрепление студентами основ теории и практики управления различными организациями (предприятиями, фирмами и др.) в современных условиях цифровой трансформации экономики, целостного всестороннего понимания студентами природы и сущности маркетинга как концепции внутрифирменного управления, которая направлена на изучение рынка в эпоху цифровизации.

Задачи:

- Знать профессиональную терминологию управленческого цикла и комплекса маркетинга;
- Уметь анализировать и интерпретировать различные виды информации для принятия управленческих решений, используя сквозные цифровые технологии;
- Владеть навыками проектирования организационных структур управления, применяя инструменты цифровизации.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Формальные и неформальные организации, функционирующие в современных условиях цифровой трансформации экономики;
- Функции менеджмента;
- Рынок в эпоху цифровизации;
- Комплекс маркетинга.

1.3. Входные требования

Не предусмотрены

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
УК-9	ИД-1УК-9	Знает основные принципы недискриминационного языка в отношении людей с инвалидностью, реализуя функции менеджмента и комплекс маркетинга в эпоху цифровизации.	Знает основные принципы недискриминационного языка в отношении людей с инвалидностью (корректное употребление формулировок, связанных с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья), а также эмпатии и психологической поддержки.	Зачет

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
УК-9	ИД-2УК-9	Умеет в общении с инвалидами фокусировать их внимание на особенностях жизнедеятельности формальных и неформальных организаций, функционирующих в современных условиях цифровой трансформации экономики, с учетом специфики рынка в эпоху цифровизации.	Умеет в общении с инвалидами фокусироваться не на проблеме, а на человеке (личности), с его возможностями и условиями социального окружения человека с инвалидностью.	Индивидуальное задание
УК-9	ИД-3УК-9	Владеет навыками инклюзивного волонтерства при осуществлении функций менеджмента и при разработке комплекса маркетинга в современных условиях цифровой трансформации экономики	Владеет навыками инклюзивного волонтерства (вовлечение инвалидов в волонтерскую общественную деятельность), взаимодействия с инвалидами на основе гуманистических ценностей, поддержки инвалидов в сложной ситуации.	Индивидуальное задание

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		11	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	45	45	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	18	18	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	25	25	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	63	63	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	
11-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Модуль 1. Менеджмент	10	0	13	31
<p>Тема 1. Сущность менеджмента Понятие менеджмента. Социально-экономические факторы формирования менеджмента в России. Влияние цифровой трансформации экономики на менеджмент.</p> <p>Тема 2. Субъект и объект менеджмента Менеджер как субъект менеджмента. Иерархия управления. Цифровые технологии в работе менеджера. Организация как объект менеджмента. Формальные организации. Неформальные организации. Организация в условиях цифровизации.</p> <p>Тема 3. Функции менеджмента Планирование. Миссия организации. Цели организации. Организация. Разделение труда. Организационные структуры управления. Мотивация. Потребности. Теории мотивации. Контроль. Необходимость контроля. Процесс контроля. Цифровые технологии как необходимый инструмент при реализации управленческого цикла.</p>				
Модуль 2. Маркетинг	8	0	12	32
<p>Тема 4. Сущность маркетинга Понятие маркетинга. Составляющие понятия «маркетинг». Влияние цифровой трансформации экономики на маркетинг.</p> <p>Тема 5. Рынок как объект маркетинговой деятельности Понятие рынка. Потребительский рынок. Рынок предприятий. Сегментирование рынка. Позиционирование товара на рынке. Рынок в эпоху цифровизации.</p> <p>Тема 6. Комплекс маркетинга Товар и товарная политика. Жизненный цикл товара. Цена и ценовая политика. Ценообразование. Товародвижение и сбытовая политика. Розничная торговля. Оптовая торговля. Маркетинговые коммуникации и политика продвижения. Основные и дополнительные виды продвижения. Цифровые технологии как необходимый инструмент при реализации комплекса маркетинга.</p>				
ИТОГО по 11-му семестру	18	0	25	63
ИТОГО по дисциплине	18	0	25	63

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Формальные и неформальные организации, функционирующие в современных условиях цифровой трансформации экономики.
2	Миссия современной организации (проведение анализа миссии организации с помощью онлайн-доски Sticky Studio).
3	Цели современной организации (презентация сформулированной цели с помощью инфографики Infogram.am).
4	Анализ организационной структуры современного предприятия (построение структуры предприятия с помощью онлайн-доски Board).
5	Анализ использования теорий мотивации в деятельности современных организаций (презентация проведенного анализа с помощью инфографики Infogram.am).
6	Процесс контроля в деятельности современных организаций (построение процесса контроля с помощью онлайн-доски Yandex Wiki).
7	Сегментирование рынка в эпоху цифровизации.
8	Позиционирование товара на рынке (презентация результатов позиционирования товара с помощью инфографики Infogram.am).
9	Жизненный цикл товара (презентация полученных результатов с помощью инфографики Infogram.am).
10	Ценообразование (расчет окончательной цены с помощью программы Microsoft Excel)
11	Сбытовая политика (построение процесса товародвижения с помощью онлайн-доски Sticky Studio).
12	Рекламная кампания (презентация рекламной кампании с помощью инфографики Infogram.am).

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

Проведение лабораторных занятий основывается на интерактивном методе обучения, при котором обучающиеся взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. При этом доминирует активность учащихся в процессе обучения. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на достижение целей занятия.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Веснин В. Р. Менеджмент : учебник. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : Проспект, 2020. 613 с. 38,5 усл. печ. л.	5
2	Грушенко В. И. Менеджмент. Восприятие сущности менеджмента в условиях стратегических изменений : учебное пособие для вузов. Москва : ИНФРА-М, 2019. 288 с. 18,0 усл. печ. л.	1
3	Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. 15-е изд. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2021. 844 с. 89,040 усл. печ. л.	2
4	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / Скоробогатых И. И., Ефимова Д. М., Гринева О. О., Ивашкова Н. И. Москва : КНОРУС, 2020. 568 с. 36,0 усл. печ. л.	1
5	Очковская М. С., Рыбалко М. А. Маркетинг: новые тенденции и перспективы : учебное пособие. 2-е изд., доп. Москва : Проспект, 2019. 175 с. 11,0 усл. печ. л.	3
6	Семенова В. В., Боташева Л. С., Петросян Д. С. Основы менеджмента : учебное пособие. Москва : Русайнс, 2020. 239 с. 15,0 усл. печ. л.	3
7	Тебекин А. В. Теория управления : учебник для вузов. Москва : КНОРУС, 2020. 342 с. 21,5 усл. печ. л.	3
8	Теория организации (теория менеджмента) : учебное пособие для вузов / Москвитин Г. И., Астахова Н. И., Сысоева Е. В., Коваленко А. П. Москва : КНОРУС, 2020. 338 с. 21,5 усл. печ. л.	6
9	Шевченко Д. А., Пономарева Е. В. Продвижение товаров и услуг : практическое руководство. Москва : Дашков и К, 2021. 371 с. 23,25 усл. печ. л.	1
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Бережнов Г. В. Стратегия конкурентного развития региона : учебник для магистров. Москва : Дашков и К, 2020. 255 с. 16,0 усл. печ. л.	2

2	Винокур М. Е. Организация производства и менеджмент : учебно-методический комплекс. Москва : Проспект, 2019. 161 с. 10,5 усл. печ. л.	3
3	Дадаян Л. Г. Организационные системы: моделирование и управление : учебник. Москва Вологда : Инфра-Инженерия, 2022. 177 с.	1
4	Джуха В. М., Штапова И. С., Жуковская Н. П. Стратегический менеджмент : учебное пособие для вузов. Москва : КНОРУС, 2021. 282 с. 18,0 усл. печ. л.	1
5	Исаев Г. Н. Предпринимательство в информационной сфере : учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : КНОРУС, 2021. 286 с. 18,0 усл. печ. л.	2
6	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум / Скоробогатых И. И., Ефимова Д. М., Гринева О. О., Ивашкова Н. И. Москва : КНОРУС, 2020. 568 с. 36,0 усл. печ. л.	1
7	Новицкий Н. И., Горюшкин А. А., Кривенков А. В. Внутривзаводское планирование и менеджмент предприятия : учебное пособие. Москва : Русайнс, 2020. 168 с. 10,6 усл. печ. л.	1
8	Павлюк Ю. А. Digital всемогущий. 101 инструмент для повышения продаж с помощью цифровых технологий. Москва : Бомбора : Эксмо, 2021. 201 с. 16,85 усл. печ. л.	1
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		
	Не используется	

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»	http://www.mavriz.ru/	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Журнал «Менеджмент в России и за рубежом»	https://www.mevriz.ru/	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Журнал «Проблемы теории и практики управления»	https://ptpmag.ru/	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Журнал «Экономика и управление»	https://emjume.elpub.ru/jour/index	сеть Интернет; свободный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Основная литература	Жданкин, Н. А. Менеджмент. Управление в цифровой экономике : учебное пособие / Н. А. Жданкин. — Москва : МИСИС, 2020.	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-147925	сеть Интернет; авторизованный доступ
Основная литература	Сиганьков А. А. Маркетинговые анализы? анализ : учебное пособие. Москва : РТУ МИРЭА, 2020.	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-167588	сеть Интернет; авторизованный доступ
Основная литература	Фейзуллаев Ф. С. Основы теории управления : учебно-методическое пособие. Махачкала : ДагГАУ имени М.М.Джамбулатова, 2020.	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-138126	сеть Интернет; авторизованный доступ
Основная литература	Шацкая И. В. Маркетинг : учебное пособие. Москва : РТУ МИРЭА, 2020.	https://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-167584	сеть Интернет; авторизованный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Операционные системы	Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Презентационный комплекс: экран, проектор и компьютер	1
Практическое занятие	Презентационный комплекс: экран, проектор и компьютер	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

«Менеджмент и маркетинг»

Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	21.05.06 Нефтегазовые техника и технологии
Направленность (профиль) образовательной программы:	Нефтегазовые техника и технологии (СУОС)
Квалификация выпускника:	Специалист
Выпускающая кафедра:	Нефтегазовые технологии
Форма обучения:	Очная
Форма промежуточной аттестации:	Зачет

Пермь 2023 г.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра 11-го семестра учебного плана) и разбито на 2 учебных модуля. В каждом модуле предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, выполнении практических заданий и зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты освоения дисциплины (ЗУВы)	Вид контроля		
	Текущий	Рубежный	Промежуточная аттестация Зачет
Усвоенные знания			
З.1. Знает основные принципы недискриминационного языка в отношении людей с инвалидностью, реализуя функции менеджмента и комплекс маркетинга в эпоху цифровизации.	ТО		ТВ
Освоенные умения			
У.1. Умеет в общении с инвалидами фокусировать их внимание на особенностях жизнедеятельности формальных и неформальных организаций, функционирующих в современных условиях цифровой трансформации экономики, с учетом специфики рынка в эпоху цифровизации.		ПЗ	ИЗ
Приобретенные владения			
В.1. Владеет навыками инклюзивного волонтерства при осуществлении функций менеджмента и при разработке комплекса маркетинга в современных условиях цифровой трансформации экономики.		ПЗ	ИЗ

Условные обозначения: ТО – теоретический опрос; ПЗ – практическое задание; ТВ – теоретический вопрос; ИЗ – индивидуальное задание.

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;
- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;
- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланчного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения темы дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри тем дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;
- контроль остаточных знаний.

2.1. Текущий контроль

Текущий контроль усвоения материала в форме теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-х балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме выполнения практических заданий по разбору кейсов.

Кейс-задача – это проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.

2.2.1. Практические задания по разбору кейсов

Практические задания по разбору кейсов являются комплексными и охватывают все темы дисциплины. При выполнении практических заданий по разбору кейсов преследуются следующие цели: применение креативных методов для решения проблем и принятия решения; отработка у обучающихся командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

Список примерных заданий по разбору кейсов:

1. Какой характер имеют группы трудящихся, участвующих в управлении: формальный или неформальный? Поясните свой ответ.
2. Каким образом новое объявление в компании повлияло на мотивацию сотрудников? Почему?
3. Каким образом осуществляется предварительный контроль на фирме? Какой документ при этом заполняется?
4. Чем нужда отличается от потребности?

5. Почему некоторые организации переходят от концепции маркетинга к концепции социально-этичного маркетинга?
6. Чем отличается личная продажа о рекламы?

Все учебно-методические материалы для изучения дисциплины (в т.ч. кейс-задачи) размещены на портале университета <http://do.pstu.ru/> и доступны студентам кафедры после регистрации.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты кейсов приведены в общей части ФОС.

2.3. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех практических заданий по разбору кейсов и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

2.3.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах текущего и рубежного контроля.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания – теоретических вопросов (для проверки усвоенных знаний) и выполнения и защиты всех индивидуальных заданий (для проверки освоенных умений и приобретенных владений).

2.3.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине

Типовые теоретические вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Неформальные организации. Причины создания неформальных организаций.
2. Цели организации. SMART-принцип.
3. Процесс контроля.
4. Маркетинг: понятие и сущность.
5. Принципы сегментирования рынка.
6. Жизненный цикл товара.

Типовые вопросы и индивидуальные задания для контроля освоенных умений:

1. Проанализируйте миссию организации и определите критерии, которым она не соответствует.
2. Определите вид организационной структуры компании и внесите необходимые корректировки.
3. Выявите, какие методы стимулирования можно использовать, учитывая состав бригады.
4. Раскройте сущность таких понятий, как: нужда, потребность и запрос, относительно следующих товаров: кондиционер, хлеб, квартира, зубная паста и билет в театр.
5. Рассчитайте емкость рынка в планируемом периоде с учетом особенностей потребления товаров по различным рыночным сегментам, на основе данных, представленных в таблице.
6. Рассчитайте оптимальный размер скидки, чтобы покупателю было выгодно приобретать 40 000 шт. за один заказ и при этом продавец не был в убытке.

Типовые вопросы и индивидуальные задания для контроля приобретенных владений:

1. Сформулируйте стратегическую цель компании, используя SMART-принцип.
2. Постройте «Дерево целей», анализируя стратегическую цель организации.
3. Проведите анализ потребностей каждого сотрудника, определите доминирующую потребность по отношению к каждому сотруднику (согласно иерархии потребностей А. Маслоу) и укажите, каковы могут быть способы удовлетворения, выявленных потребностей.
4. Постройте карту позиционирования на основе данных, представленных в таблице.
5. Постройте кривую жизненного цикла товара, учитывая особенности функционирования организации, имеющей отношение к производству товаров особого спроса.
6. Разработайте рекламный слоган и логотип для компании, чья деятельность связана с оказанием медицинских услуг.

Полный список теоретических вопросов для зачета и вопросы практических заданий по разбору кейсов размещены на портале университета <http://do.pstu.ru/> и доступны студентам кафедры после регистрации.

2.3.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.