МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный технический университет»
(ФГБОУ ВО «СамГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе
_____ / О.В. Юсупова
"_____" _____ 20___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.03.05 «Менеджмент и маркетинг»

Код и направление подготовки (специальность)	29.03.04 Технология художественной обработки материалов
Направленность (профиль)	Технологии промышленного дизайна
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Год начала подготовки	2022
Институт / факультет	Факультет архитектуры и дизайна (ФАиД)
Выпускающая кафедра	Кафедра "Инновационное проектирование"
Кафедра-разработчик	Кафедра "Стоимостной инжиниринг и техническая экспертиза зданий и сооружений"
Объем дисциплины, ч. / з.е.	108 / 3
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Зачет

Самара 2022

Б1.О.03.05 «Менеджмент и маркетинг»

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) **29.03.04 Технология художественной обработки материалов**, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от № 961 от 22.09.2017 и соответствующего учебного плана.

Разработчик РПД:

Доцент, кандидат экономических наук, доцент (должность, степень, ученое звание)	О.А Мамаева (ФИО)
Заведующий кафедрой	О.В. Дидковская, доктор экономических наук, профессор (ФИО, степень, ученое звание)

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методического совета факультета / института (или учебно-методической комиссии)	Н.Д Потиенко, кандидат архитектуры, доцент (ФИО, степень, ученое звание)
Руководитель образовательной программы	А.П. Раков, кандидат архитектуры (ФИО, степень, ученое звание)
Заведующий выпускающей кафедрой	А.П. Раков, кандидат архитектуры (ФИО, степень, ученое звание)

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы 4
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся 5
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий 5
4.1 Содержание лекционных занятий 6
4.2 Содержание лабораторных занятий 10
4.3 Содержание практических занятий 10
4.4. Содержание самостоятельной работы 11
5. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю) 13
6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения 15
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем 15
8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) 15
9. Методические материалы 16
10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) 17

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (знать, уметь, владеть, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции)
Общепрофессиональные компетенции			
Оптимизация технологических процессов	ОПК-7 Способен применять методы оптимизации технологических процессов производства художественных материалов и художественно-промышленных объектов с учетом требования потребителя	ОПК-7.1 Изучает и анализирует требования потребителя к товарному виду художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	Знать Основные понятия и категории маркетинга и менеджмента. Виды и источники маркетинговой информации. Назначение и основные направления маркетингового анализа.
			Уметь анализировать потребности покупателей.
		ОПК-7.2 Применяет методы оптимизации различных технологических процессов на производстве.	Владеть инструментами исследования покупательского поведения
			Знать Методы и инструменты принятия организационно-управленческих решений
Реализация и маркетинговые исследования	ОПК-9 Способен участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков	ОПК-9.1 Изучает и анализирует товарные рынки, определяет актуальные тренды.	Знать методы и инструменты поиска организационно-управленческих решений профессиональных задач.
			Уметь анализировать привлекательность рынка
			Уметь Ориентироваться в системе маркетинговой информации. Анализировать и содержательно интерпретировать маркетинговую информацию о деятельности предприятия и рынке его функционирования с целью ее использования для развития организации.
		ОПК-9.2 Участвует в маркетинговых исследованиях проектной команды занятой производством художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	Владеть методикой анализа конкурентоспособности фирмы
			Владеть Навыками разработки проектов организационно-управленческих решений профессиональных задач.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы: **часть, формируемая участниками образовательных отношений**

Код компетенции	Предшествующие дисциплины	Параллельно осваиваемые дисциплины	Последующие дисциплины
ОПК-7			Выполнение и защита выпускной квалификационной работы
ОПК-9			Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	Всего часов / часов в электронной форме	7 семестр часов / часов в электронной форме
Аудиторная контактная работа (всего), в том числе:	64	64
Лекции	32	32
Практические занятия	32	32
Внеаудиторная контактная работа, КСР	10	10
Самостоятельная работа (всего), в том числе:	34	34
подготовка к практическим занятиям	17	17
составление конспектов	17	17
Итого: час	108	108
Итого: з.е.	3	3

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

№ раздела	Наименование раздела дисциплины	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы				
		ЛЗ	ЛР	ПЗ	СРС	Всего часов
1	Цели и задачи дисциплины. Термино-логическая основа курса. Введение.	6	0	6	6	18
2	Функции менеджмента	6	0	8	8	22
3	Элементы комплекса маркетинга	4	0	8	6	18
4	Экономические ресурсы предприятия	8	0	6	6	20
5	Экономические результаты деятельности предприятия	8	0	4	8	20

	КСР	0	0	0	0	10
	Итого	32	0	32	34	108

4.1 Содержание лекционных занятий

№ занятия	**Наименование раздела**	**Тема лекции**	**Содержание лекции** (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	**Количество часов / часов в электронной форме**
7 семестр				
1	Цели и задачи дисциплины. Термино-логическая основа курса. Введение.	Цели и задачи дисциплины. Терминологическая основа курса. Введение в менеджмент. Эволюция управленческой мысли.	Объект, предмет цели и задачи дисциплины. Определение менеджмента. Предприниматель и менеджер. Управленческие роли. Сферы деятельности менеджмента. Уровни управления. Школы менеджмента. Научное управление. Классическая/административная школа. Школа человеческих отношений и поведенческие науки. Теории X и У.	2
2	Цели и задачи дисциплины. Термино-логическая основа курса. Введение.	Планирование как функция менеджмента. Организационная культура	Планирование и прогнозирование. План и прогноз. Типология планирования. Классификация планирования. Система планов организации. Важнейшие составляющие организационной культуры. Формирование организационной культуры. Сравнительный менеджмент. Восточная и западная модель менеджмента. Теория Z.	2
3	Цели и задачи дисциплины. Термино-логическая основа курса. Введение.	Введение в маркетинг. Эволюция концепции маркетинга	ВременнАя ориентация идей в менеджменте. Определение маркетинга. Потребности в маркетинге. Комплекс маркетинга 4P. Потребительская ценность. Маркетинговая программа. Эволюция концепции маркетинга. Этика в маркетинге. Товар (продукт). Сегментация рынка, выбор целевых сегментов. Дифференциация товара. Сегментообразующие признаки. Критерии сегментации. Товарно-рыночная матрица.	2
4	Функции менеджмента	Организация как функция менеджмента	Делегирование. Популярные принципы эффективной координации. Норма управляемости. Организационная структура. Органические и иерархические типы организационных структур. Популярные виды организационных структур: функциональная, дивизиональная, матричная. Изменение во времени организационных построений.	2

5	Функции менеджмента	Товар - первый элемент комплекса маркетинг 4Р	Первая «Пи» маркетинга - товар. Товарные линия, единица, номенклатура. Классификация товаров потребительских и промышленного назначения. Новизна товара. Причины неудач новых товаров. Процесс создания нового товара. Жизненный цикл товара и его характеристики. Менеджер товара. Модификация рынка. Модификация товара. Торговые марки. Выбор марочного названия. Стратегии использование марок. Упаковка. Услуги. Классификация услуг. Комплекс маркетинга 7Р.	2
6	Функции менеджмента	Трудовые ресурсы предприятия, производительность труда	Трудовые ресурсы предприятия (организации): понятие, классификация, состав и значение. Источники данных о трудовых ресурсах предприятия (организации). Расчет и планирование численности персонала. Анализ численности и движения персонала. Понятие и методика определения производительности труда. Источники данных для расчета производительности труда. Содержательная интерпретация результатов анализа трудовых ресурсов и производительности труда. Нормирование труда.	2
7	Элементы комплекса маркетинга	Заработная плата персонала предприятия	Понятие и функции заработной платы персонала предприятия (организации). Источники данных о заработной плате и фонде оплаты труда, источники данных для их расчета. Системы и формы оплаты труда: тарифная (сдельная, повременная), бестарифная. Содержательная интерпретация результатов анализа заработной платы и фонда оплаты труда персонала предприятия (организации). Планирование фонда оплаты труда на предприятии (организации).	2
8	Элементы комплекса маркетинга	Издержки и себестоимость продукции (работ, услуг) предприятия	Понятие и виды издержек. Состав издержек производства и обращения продукции. Группировка затрат по элементам. Понятие и структура себестоимости продукции Источники данных о себестоимости продукции, источники данных для ее исчисления. Группировка затрат для целей исчисления себестоимости. Стратегические и тактические методы анализа потребности департамента (организации) в материальных ресурсах. Факторный анализ себестоимости. Основные показатели анализа себестоимости. Содержательная интерпретация результатов анализа себестоимости продукции (работ, услуг) предприятия (организации). Методы дифференциации смешанных затрат. Точка безубыточности	2

9	Экономические ресурсы предприятия	Стратегии ценообразования	Понятие и функции цены как экономической категории. Классификация и система цен. Источники данных о цене продукции, источники данных для расчета цены. Ценовая политика и ценовые стратегии предприятия Методы ценообразования (затратный, целевой, учитывающий полезность и учитывающий спрос).	2
10	Экономические ресурсы предприятия	Цена продукции (работ, услуг) предприятия	Состав розничной цены продукции (работ, услуг). Основные показатели анализа цены продукции (работ, услуг).	2
11	Экономические ресурсы предприятия	Экономические результаты деятельности предприятия	Понятие экономического результата деятельности предприятия (организации) и основные показатели, характеризующие экономические результаты деятельности предприятия, их виды. Источники данных о доходах и расходах предприятия (организации).	2
12	Экономические ресурсы предприятия	Оборотные средства предприятия	Понятие, назначение и состав оборотных средств предприятия (организации). Кругооборот оборотных средств. Методы и способы организации учета состояния и использования оборотных средств предприятия. Источники данных об оборотных средствах предприятия (организации). Нормирование оборотных средств. Определение наличия оборотных средств и показатели уровня использования оборотных средств. Управление оборотными средствами на предприятии. Основные показатели эффективности использования оборотных средств.	2
13	Экономические результаты деятельности предприятия	Основные фонды предприятия и его продукция (работы, услуги)	Понятие и назначение основных фондов предприятия (организации), их состав. Источники данных об основных фондах предприятия (организации). Натуральное и стоимостное измерение основных фондов. Виды стоимостных оценок основных фондов. Физический и моральный износ основных средств. Воспроизводство основных фондов. Основные показатели эффективности основных фондов: использования, движения, состояние, обобщающие показатели. Износ и амортизация основных фондов. Методы начисления амортизации. Содержательная интерпретация результатов анализа основных фондов. Источники данных о продукции предприятия (организации), источники данных для расчета объемов производства и реализации продукции. Производственная программа и производственная мощность предприятия. Виды производственных мощностей. Методика расчета производственной мощности.	2

14	Экономические результаты деятельности предприятия	Имущество, капитал и инвестиции.	Виды и содержание финансовой, бухгалтерской и иной отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д Структура баланса предприятия. Имущество предприятия. Состав и источники формирования имущества. Капитал предприятия. Баланс предприятия. Активы и пассивы. Инновации. Понятие инвестиций, их экономическая сущность, значение, классификация и структура. Факторы, влияющие на эффективность инвестиций. Финансирование инвестиций. Денежный поток. Инвестиционные проекты и методы оценки их эффективности. Временная стоимость денег в оценке эффективности капиталовложений. Ставка дисконтирования. Чистая текущая стоимость проекта.	2
15	Экономические результаты деятельности предприятия	Предприятие в условиях рыночной экономики.	Сущность, роль и особенности работы предприятия в условиях рынка. Понятие предприятия, его цели и функции. Факторы, влияющие на эффективность функционирования предприятия в условиях рынка. Юридические лица и их классификация. Организационно-правовые формы хозяйствования юридических лиц, их сущность и особенности. Малый бизнес и экономика страны. Народно-хозяйственный комплекс страны: понятие, структура. ОКВЭД. Понятие и особенности хозяйственно-экономической деятельности предприятий различных форм собственности. Россия в мировой экономике. Структура народного хозяйства, показатели и факторы, ее определяющие. Сущность отрасли и отраслевой структуры хозяйства. Основные направления развития отраслей российского хозяйства на современном этапе. Роль государства в развитии предпринимательства и национальной экономики. Государственное регулирование экономики: необходимость, механизмы. Национальные стратегические цели государства. Национальные проекты: сроки, цели, состав мероприятий, ответственные, ход реализации. Общественные формы организации производства: централизация, концентрация, специализация, кооперирование, комбинирование, диверсификация.	2
16	Экономические результаты деятельности предприятия	Третья «Пи» маркетинга - распределение. Четвертая «Пи» маркетинга - продвижение.	Третья «Пи» маркетинга - распределение. Четвертая «Пи» маркетинга - продвижение.	2
			Итого за семестр:	**32**

Итого:	**32**

4.2 Содержание лабораторных занятий

Учебные занятия не реализуются.

4.3 Содержание практических занятий

№ занятия	Наименование раздела	Тема практического занятия	Содержание практического занятия (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Количество часов / часов в электронной форме
7 семестр				
1	Цели и задачи дисциплины. Термино-логическая основа курса. Введение.	Введение в менеджмент	Предприниматель и менеджер. Управленческие роли. Школы менеджмента. Теории X и У.	2
2	Цели и задачи дисциплины. Термино-логическая основа курса. Введение.	Организационная культура.	Сравнительный менеджмент. Восточная и западная модель менеджмента. Теория Z.	2
3	Цели и задачи дисциплины. Термино-логическая основа курса. Введение.	Организация - как функция управления	Делегирование.	2
4	Функции менеджмента	Товар - первый элемент комплекс маркетинга	Жизненный цикл товара и его характеристики. Выбор марочного названия. Услуги. Комплекс маркетинга 7Р.	2
5	Функции менеджмента	Продвижение	Продвижение дизайн-проектов	2
6	Функции менеджмента	Предприятие в рыночной экономике и инвестиции в него.	Малый бизнес и экономика страны. ОКВЭД. Национальные стратегические цели государства. Национальные проекты: сроки, цели, состав мероприятий, ответственные, ход реализации. Эффективность инвестиций.	2
7	Функции менеджмента	Основные и оборотные фонды	Основные показатели эффективности основных фондов: использования, движения, состояние, обобщающие показатели. Износ и амортизация основных фондов. Методика расчета производственной мощности. Основные показатели эффективности использования оборотных средств.	2
8	Элементы комплекса маркетинга	Трудовые ресурсы	Расчет и планирование численности персонала. Методика определения производительности труда. Системы и формы оплаты труда: тарифная (сдельная, повременная), бестарифная.	2

9	Элементы комплекса маркетинга	Затраты и результаты хозяйственной деятельности	Себестоимость продукции (работ, услуг) предприятия (организации). Точка безубыточности. Основные показатели, характеризующие экономические результаты деятельности предприятия.	2
10	Элементы комплекса маркетинга	Ценообразование	Состав розничной цены продукции (работ, услуг). Основные показатели анализа цены продукции (работ, услуг).	2
11	Элементы комплекса маркетинга	Власть и лидерство	Власть и Лидерство. Стили руководства.	2
12	Экономические ресурсы предприятия	Введение в маркетинг	Сегментация рынка, выбор целевых сегментов. Критерии сегментации.	2
13	Экономические ресурсы предприятия	Цена продукции (работ, услуг) предприятия	Состав розничной цены продукции (работ, услуг). Основные показатели анализа цены продукции (работ, услуг).	2
14	Экономические ресурсы предприятия	Экономические результаты деятельности предприятия	Экономический результат деятельности предприятия (организации) и основные показатели, характеризующие экономические результаты деятельности предприятия, их виды.	2
15	Экономические результаты деятельности предприятия	Издержки и себестоимость продукции (работ, услуг) предприятия	Состав издержек производства и обращения продукции. Группировка затрат по элементам. Понятие и структура себестоимости продукции Источники данных о себестоимости продукции, источники данных для ее исчисления. Группировка затрат для целей исчисления себестоимости. Стратегические и тактические методы анализа потребности департамента (организации) в материальных ресурсах. Факторный анализ себестоимости. Основные показатели анализа себестоимости. Содержательная интерпретация результатов анализа себестоимости продукции (работ, услуг) предприятия (организации). Методы дифференциации смешанных затрат. Точка безубыточности	2
16	Экономические результаты деятельности предприятия	Цена продукции (работ, услуг) предприятия	Источники данных о доходах и расходах предприятия (организации).	2
			Итого за семестр:	**32**
			Итого:	**32**

4.4. Содержание самостоятельной работы

Наименование раздела	Вид самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы (перечень дидактических единиц: рассматриваемых подтем, вопросов)	Количество часов
7 семестр			
Цели и задачи дисциплины. Термино-логическая основа курса. Введение.	Самостоятельное изучение материала	Правовые акты, регулирующие управленческую и маркетинговую деятельность организации. Научное управление. Классическая/административная школа. Школа человеческих отношений и поведенческие науки. Потребительская ценность. Эволюция концепции маркетинга. Этика в маркетинге.	6
Функции менеджмента	Самостоятельное изучение материала	Важнейшие составляющие организационной культуры. Формирование организационной культуры. Сравнительный менеджмент. Восточная и западная модель менеджмента. Теория Z. Органические и иерархические типы организационных структур. Популярные виды организационных структур: функциональная, дивизиональная, матричная. Изменение во времени организационных построений. Содержательные и процессные теории мотивации. Современные теории мотивации.	8
Элементы комплекса маркетинга	Самостоятельное изучение материала	Причины неудач новых товаров. Жизненный цикл товара. Модификация рынка. Модификация товара. Торговые марки. Упаковка. Третья «Пи» маркетинга - распределение. Четвертая «Пи» маркетинга - продвижение.	6

Экономические ресурсы предприятия	Самостоятельное изучение материала	Правовые акты, регулирующие экономическую деятельность организации. Организационно-правовые формы хозяйствования юридических лиц, их сущность и особенности. Особенности хозяйственно-экономической деятельности предприятий различных форм собственности. Россия в мировой экономике. Структура народного хозяйства, показатели и факторы, ее определяющие. Основные направления развития отраслей российского хозяйства на современном этапе. Роль государства в развитии предпринимательства и национальной экономики. Виды и содержание финансовой, бухгалтерской и иной отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д Инновации и инвестиции. Выбор ставки дисконтирования при оценке эффективности капиталовложений. Методы начисления амортизации. Виды производственных мощностей. Методика расчета производственной мощности. Методы и способы организации учета состояния и использования оборотных средств предприятия. Нормирование оборотных средств. Нормирование труда. Планирование фонда оплаты труда на предприятии (организации).	6
Экономические результаты деятельности предприятия	Самостоятельное изучение материала	Группировка затрат по элементам. Группировка затрат для целей исчисления себестоимости. Факторный анализ себестоимости. Методы дифференциации смешанных затрат. Ценовая политика и ценовые стратегии предприятия. Методы ценообразования (затратный, целевой, учитывающий полезность и учитывающий спрос). Экономические результаты деятельности предприятия Налогообложение предприятий.	8
		Итого за семестр:	**34**
		Итого:	**34**

5. Перечень учебной литературы и учебно-методического обеспечения по дисциплине (модулю)

№ п/п	Библиографическое описание	Ресурс НТБ СамГТУ (ЭБС СамГТУ, IPRbooks и т.д.)

Основная литература		
1	Менеджмент; Ай Пи Ар Медиа, 2021.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||iprbooks||110571	Электронный ресурс
2	Основы менеджмента; Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2021.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||iprbooks||110573	Электронный ресурс
3	Экономика предприятия; Издательство КНИТУ, 2021.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||iprbooks||121088	Электронный ресурс
4	Экономика предприятия; Профобразование, 2021.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||iprbooks||106644	Электронный ресурс
Дополнительная литература		
5	Дидковская, Ольга Всеволодовна Ценообразование в строительстве : практикум [Текст] / АНО "Ин-т экономики недвижимости"; Саморегулируемая орг. Некоммер. партнерство "Нац. об-ние специалистов стоимост. инжиниринга".- Самара, АНО "Ин-т экономики недвижимости", 2013.- 91 с.	Электронный ресурс
6	Маслова, О.П. Управленческие компетенции : учебно-методическое пособие / О. П. Маслова, К. А. Бабенчук; Самарский государственный технический университет, Экономика промышленности и производственный менеджмент.- Самара, 2021.- 108 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||5331	Электронный ресурс
7	Основы маркетинга. Теория и практика; ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71036.html	Электронный ресурс
8	Теория менеджмента; Северо-Кавказский федеральный университет, 2018.- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||iprbooks||92763	Электронный ресурс
Учебно-методическое обеспечение		
9	Вильгута, О.Ф. Основы маркетинга : учебно-методические указания / О. Ф. Вильгута.- Казань, Бук, 2021.- 20 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||5418	Электронный ресурс
10	Ермолина, Л.В. Теория менеджмента : практикум / Л. В. Ермолина, О. С. Чечина; Самар.гос.техн.ун-т, Управление и системный анализ теплоэнергетических и социотехнических комплекосов .- 2-е изд., испр. и доп..- Самара, 2019.- 188 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||3658	Электронный ресурс
11	Контрольно-измерительные материалы по экономике : сборник тестов / Ю. А. Пантелеева [и др.]; Самар.гос.техн.ун-т, Экономика промышленности и производственный менеджмент.- Самара, 2019.- 194 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||3592	Электронный ресурс
12	Менеджмент и маркетинг : практикум / Самарский государственный технический университет, Экономика промышленности и производственный менеджмент; сост.: О. П. Маслова, О. Ю. Калмыкова .- 2-е изд., испр. и доп..- Самара, 2021.- 113 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||5351	Электронный ресурс
13	Основы предпринимательской деятельности : практикум / Самар.гос.техн.ун-т, Экономика промышленности и производственный менеджмент; сост. Л. И. Панофенова.- Самара, 2019.- 60 с..- Режим доступа: https://elib.samgtu.ru/getinfo?uid=els_samgtu||elib||3918	Электронный ресурс

информационной образовательной среды университета и сайта НТБ СамГТУ по логину и паролю.

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

При проведении лекционных занятий используется мультимедийное оборудование.

Организовано взаимодействие обучающегося и преподавателя с использованием электронной ин-формационной образовательной среды университета.

№ п/п	Наименование	Производитель	Способ распространения
1	Антиплагиат. ВУЗ	ЗАО «Анти-плагиат» (Отечественный)	Лицензионное
2	Интернет-браузер Opera	Opera Software ASA (Отечественный)	Свободно распространяемое
3	Пакет офисных программ Microsoft Office	Microsoft (Зарубежный)	Лицензионное
4	Программа Adobe Reader	Adobe Systems Incorporated (Зарубежный)	Свободно распространяемое

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», профессиональных баз данных, информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование	Краткое описание	Режим доступа
1	федеральная налоговая служба	www.nalog.ru	Ресурсы открытого доступа
2	гарант	http://www.garant.ru	Ресурсы открытого доступа
3	Консультант плюс	http://www.consultant.ru	Ресурсы открытого доступа
4	Корпоративный менеджмент	http://www.cfin.ru	Ресурсы открытого доступа
5	Научная электронная библиотека	http://elibrary.ru/	Ресурсы открытого доступа
6	Официальный сайт Госкомстата	http://www.infp.gks.ru	Ресурсы открытого доступа
7	Энциклопедия маркетинга	http://www.marketing.spb.ru/	Ресурсы открытого доступа

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

Лекционные занятия

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер /

ноутбук), учебно-наглядные, учебно-методические пособия, тематические иллюстрации.

Практические занятия

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде СамГТУ:

- читальный зал НТБ СамГТУ (ауд. 200 корпус №8; ауд. 125 корпус № 1; ауд. 41, 31, 34, 35 Главный корпус библиотеки; ауд. 83а, 414, 416, 0209 12 корпус; ауд. 401 корпус №10).

9. Методические материалы

Методические рекомендации при работе на лекции

До лекции студент должен просмотреть учебно-методическую и научную литературу по теме лекции с тем, чтобы иметь представление о проблемах, которые будут разбираться в лекции.

Перед началом лекции обучающимся сообщается тема лекции, план, вопросы, подлежащие рассмотрению, доводятся основные литературные источники. Весь учебный материал, сообщаемый преподавателем, должен не просто прослушиваться. Он должен быть активно воспринят, т.е. услышан, осмыслен, понят, зафиксирован на бумаге и закреплен в памяти. Приступая к слушанию нового учебного материала, полезно мысленно установить его связь с ранее изученным. Следя за техникой чтения лекции (акцент на существенном, повышение тона, изменение ритма, пауза и т.п.), необходимо вслед за преподавателем уметь выделять основные категории, законы и определять их содержание, проблемы, предполагать их возможные решения, доказательства и выводы. Осуществляя такую работу, можно значительно облегчить себе понимание учебного материала, его конспектирование и дальнейшее изучение.

Конспектирование лекции позволяет обработать, систематизировать и лучше сохранить полученную информацию с тем, чтобы в будущем можно было восстановить в памяти основные, содержательные моменты. Типичная ошибка, совершаемая обучающимся, дословное конспектирование речи преподавателя. Как правило, при записи «слово в слово» не остается времени на обдумывание, анализ и синтез информации. Отбирая нужную информацию, главные мысли, проблемы, решения и выводы, необходимо сокращать текст, строить его таким образом, чтобы потом можно было легко в нем разобраться. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых можно будет делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. С окончанием лекции работа над конспектом не может считаться завершенной. Нужно еще восстановить отдельные места, проверить, все ли понятно, уточнить что-то на консультации и т.п. с тем, чтобы конспект мог быть использован в процессе подготовки к практическим занятиям, зачету, экзамену. Конспект лекции – незаменимый учебный документ, необходимый для самостоятельной работы.

Методические рекомендации при подготовке и работе на практическом занятии

Практические занятия по дисциплине проводятся в целях выработки практических умений и приобретения навыков в решении профессиональных задач.

Рекомендуется следующая схема подготовки к практическому занятию:

1. ознакомление с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы;
2. проработка конспекта лекции;
3. чтение рекомендованной литературы;
4. подготовка ответов на вопросы плана практического занятия;
5. выполнение тестовых заданий, задач и др.

Подготовка обучающегося к практическому занятию производится по вопросам, разработанным

для каждой темы практических занятий и (или) лекций. В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы.

Работа студентов во время практического занятия осуществляется на основе заданий, которые выдаются обучающимся в начале или во время занятия. На практических занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике занятий. Обучающимся необходимо обращать внимание на основные понятия, алгоритмы, определять практическую значимость рассматриваемых вопросов. На практических занятиях обучающиеся должны уметь выполнить расчет по заданным параметрам или выработать определенные решения по обозначенной проблеме. Задания могут быть групповые и индивидуальные. В зависимости от сложности предлагаемых заданий, целей занятия, общей подготовки обучающихся преподаватель может подсказать обучающимся алгоритм решения или первое действие, или указать общее направление рассуждений. Полученные результаты обсуждаются с позиций их адекватности или эффективности в рассмотренной ситуации.

Методические рекомендации по выполнению самостоятельной работы

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей обучающегося.

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий;
- на лекциях, практических занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания;
- на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.;
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

10. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств представлен в приложении № 1.

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины
Б1.О.03.05 «Менеджмент и маркетинг»

Фонд оценочных средств
по дисциплине
Б1.О.03.05 «Менеджмент и маркетинг»

Код и направление подготовки (специальность)	29.03.04 Технология художественной обработки материалов
Направленность (профиль)	Технологии промышленного дизайна
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная
Год начала подготовки	2022
Институт / факультет	Факультет архитектуры и дизайна (ФАиД)
Выпускающая кафедра	Кафедра "Инновационное проектирование"
Кафедра-разработчик	Кафедра "Стоимостной инжиниринг и техническая экспертиза зданий и сооружений"
Объем дисциплины, ч. / з.е.	108 / 3
Форма контроля (промежуточная аттестация)	Зачет

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (знать, уметь, владеть, соотнесенные с индикаторами достижения компетенции)
Общепрофессиональные компетенции			
Оптимизация технологических процессов	ОПК-7 Способен применять методы оптимизации технологических процессов производства художественных материалов и художественно-промышленных объектов с учетом требования потребителя	ОПК-7.1 Изучает и анализирует требования потребителя к товарному виду художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	Знать Основные понятия и категории маркетинга и менеджмента. Виды и источники маркетинговой информации. Назначение и основные направления маркетингового анализа.
			Уметь анализировать потребности покупателей.
		ОПК-7.2 Применяет методы оптимизации различных технологических процессов на производстве.	Владеть инструментами исследования покупательского поведения
			Знать Методы и инструменты принятия организационно-управленческих решений
Реализация и маркетинговые исследования	ОПК-9 Способен участвовать в маркетинговых исследованиях товарных рынков	ОПК-9.1 Изучает и анализирует товарные рынки, определяет актуальные тренды.	Знать методы и инструменты поиска организационно-управленческих решений профессиональных задач.
			Уметь анализировать привлекательность рынка
			Уметь Ориентироваться в системе маркетинговой информации. Анализировать и содержательно интерпретировать маркетинговую информацию о деятельности предприятия и рынке его функционирования с целью ее использования для развития организации.
		ОПК-9.2 Участвует в маркетинговых исследованиях проектной команды занятой производством художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	Владеть методикой анализа конкурентоспособности фирмы
			Владеть Навыками разработки проектов организационно-управленческих решений профессиональных задач.

Матрица соответствия оценочных средств запланированным результатам обучения

Код индикатора достижения компетенции	Результаты обучения	Оценочные средства	Текущий контроль успеваемости	Промежуточная аттестация
Цели и задачи дисциплины. Термино-логическая основа курса. Введение.				
ОПК-7.1 Изучает и анализирует требования потребителя к товарному виду художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Уметь** анализировать потребности покупателей.	Устный опрос	Да	Нет
	Знать Основные понятия и категории маркетинга и менеджмента. Виды и источники маркетинговой информации. Назначение и основные направления маркетингового анализа.	контрольное задание	Нет	Да
ОПК-7.2 Применяет методы оптимизации различных технологических процессов на производстве.	**Владеть** инструментами исследования покупательского поведения	контрольное задание	Нет	Да
	Знать Методы и инструменты принятия организационно-управленческих решений.	Устный опрос. Контрольное задание	Да	Да
ОПК-9.1 Изучает и анализирует товарные рынки, определяет актуальные тренды.	**Знать** методы и инструменты поиска организационно-управленческих решений профессиональных задач.	Устный опрос	Да	Нет
	Уметь анализировать привлекательность рынка	Устный опрос	Да	Нет
	Уметь Ориентироваться в системе маркетинговой информации. Анализировать и содержательно интерпретировать маркетинговую информацию о деятельности предприятия и рынке его функционирования с целью ее использования для развития организации.	подготовка докладов	Да	Нет
ОПК-9.2 Участвует в маркетинговых исследованиях проектной команды занятой производством художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Владеть** Навыками разработки проектов организационно-управленческих решений профессиональных задач.	контрольное задание	Нет	Да
	Владеть методикой анализа конкурентоспособности фирмы	контрольное задание	Нет	Да
Функции менеджмента				
ОПК-7.1 Изучает и анализирует требования потребителя к товарному виду художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Уметь** анализировать потребности покупателей.	Устный опрос	Да	Нет
	Знать Основные понятия и категории маркетинга и менеджмента. Виды и источники маркетинговой информации. Назначение и основные направления маркетингового анализа.	контрольное задание	Нет	Да

ОПК-7.2 Применяет методы оптимизации различных технологических процессов на производстве.	**Владеть** инструментами исследования покупательского поведения	контрольное задание	Да	Нет
	Знать Методы и инструменты принятия организационно-управленческих решений.	Устный опрос	Да	Нет
ОПК-9.1 Изучает и анализирует товарные рынки, определяет актуальные тренды.	**Знать** методы и инструменты поиска организационно-управленческих решений профессиональных задач.	Устный опрос	Да	Нет
	Уметь анализировать привлекательность рынка	подготовка докладов	Да	Нет
	Уметь Ориентироваться в системе маркетинговой информации. Анализировать и содержательно интерпретировать маркетинговую информацию о деятельности предприятия и рынке его функционирования с целью ее использования для развития организации.	подготовка докладов	Да	Нет
ОПК-9.2 Участвует в маркетинговых исследованиях проектной команды занятой производством художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Владеть** Навыками разработки проектов организационно-управленческих решений профессиональных задач.	контрольное задание	Нет	Да
	Владеть методикой анализа конкурентоспособности фирмы	контрольное задание	Нет	Да
Элементы комплекса маркетинга				
ОПК-7.1 Изучает и анализирует требования потребителя к товарному виду художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Знать** Основные понятия и категории маркетинга и менеджмента. Виды и источники маркетинговой информации. Назначение и основные направления маркетингового анализа.	подготовка докладов	Да	Нет
	Уметь анализировать потребности покупателей.	Устный опрос. Контрольное задание	Да	Да
ОПК-7.2 Применяет методы оптимизации различных технологических процессов на производстве.	**Знать** Методы и инструменты принятия организационно-управленческих решений.	Устный опрос	Да	Нет
	Владеть инструментами исследования покупательского поведения	подготовка докладов. Контрольное задание	Да	Да
ОПК-9.1 Изучает и анализирует товарные рынки, определяет актуальные тренды.	**Знать** методы и инструменты поиска организационно-управленческих решений профессиональных задач.	Устный опрос. Контрольное задание	Да	Да
	Уметь анализировать привлекательность рынка	Устный опрос. Контрольное задание	Да	Нет
	Уметь Ориентироваться в системе маркетинговой информации. Анализировать и содержательно интерпретировать маркетинговую информацию о деятельности предприятия и рынке его функционирования с целью ее использования для развития организации.	Кейсы. Контрольное задание	Да	Да

ОПК-9.2 Участвует в маркетинговых исследованиях проектной команды занятой производством художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Владеть** Навыками разработки проектов организационно-управленческих решений профессиональных задач.	Кейсы. Контрольное задание	Да	Да
	Владеть методикой анализа конкурентоспособности фирмы	Кейсы. Контрольное задание	Да	Да
Экономические ресурсы предприятия				
ОПК-7.1 Изучает и анализирует требования потребителя к товарному виду художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Знать** Основные понятия и категории маркетинга и менеджмента. Виды и источники маркетинговой информации. Назначение и основные направления маркетингового анализа.	Устный опрос. Контрольное задание	Да	Да
	Уметь анализировать потребности покупателей.	подготовка докладов	Да	Нет
ОПК-7.2 Применяет методы оптимизации различных технологических процессов на производстве.	**Знать** Методы и инструменты принятия организационно-управленческих решений.	Устный опрос	Да	Нет
	Владеть инструментами исследования покупательского поведения	кейсы	Да	Нет
ОПК-9.1 Изучает и анализирует товарные рынки, определяет актуальные тренды.	**Знать** методы и инструменты поиска организационно-управленческих решений профессиональных задач.	Устный опрос.	Да	Нет
	Уметь Ориентироваться в системе маркетинговой информации. Анализировать и содержательно интерпретировать маркетинговую информацию о деятельности предприятия и рынке его функционирования с целью ее использования для развития организации.	Кейсы. Контрольное задание	Да	Да
	Уметь анализировать привлекательность рынка	Кейсы. Контрольное задание	Да	Да
ОПК-9.2 Участвует в маркетинговых исследованиях проектной команды занятой производством художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Владеть** Навыками разработки проектов организационно-управленческих решений профессиональных задач.	Кейсы. Контрольное задание	Да	Да
	Владеть методикой анализа конкурентоспособности фирмы	Кейсы. Контрольное задание	Да	Да
Экономические результаты деятельности предприятия				
ОПК-7.1 Изучает и анализирует требования потребителя к товарному виду художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Знать** Основные понятия и категории маркетинга и менеджмента. Виды и источники маркетинговой информации. Назначение и основные направления маркетингового анализа.	Устный опрос	Да	Нет
	Уметь анализировать потребности покупателей.	подготовка докладов	Да	Нет

ОПК-7.2 Применяет методы оптимизации различных технологических процессов на производстве.	**Владеть** инструментами исследования покупательского поведения	анализ результатов тестирования	Да	Нет
	Знать Методы и инструменты принятия организационно-управленческих решений.	Устный опрос	Да	Нет
ОПК-9.1 Изучает и анализирует товарные рынки, определяет актуальные тренды.	**Знать** методы и инструменты поиска организационно-управленческих решений профессиональных задач.	Устный опрос	Да	Нет
	Уметь анализировать привлекательность рынка	Кейсы. Контрольное задание	Да	Да
	Уметь Ориентироваться в системе маркетинговой информации. Анализировать и содержательно интерпретировать маркетинговую информацию о деятельности предприятия и рынке его функционирования с целью ее использования для развития организации.	Кейсы. Контрольное задание	Да	Да
ОПК-9.2 Участвует в маркетинговых исследованиях проектной команды занятой производством художественных материалов и художественно-промышленных объектов.	**Владеть** Навыками разработки проектов организационно-управленческих решений профессиональных задач.	подготовка докладов	Да	Нет
	Владеть методикой анализа конкурентоспособности фирмы	подготовка докладов	Да	Нет

Контрольное задание итоговое
Блок 1 Проверка знаний

Выбрать ОДИН правильный ответ

1. Что является основным в определении сути маркетинга?
   а) сбыт товаров
   б) снижение издержек производства
   в) установление цен на товары
   г)удовлетворения потребностей потребителей
2. Ориентация фирмы на получение прибыли в основном за счет повышения эффективности производства характерна для:
   а) концепции социально-этичного маркетинга;
   б) концепции интенсификации коммерческих усилий;
   в) концепции совершенствования производства;
   г) концепции совершенствования товара
   д) концепции маркетинга
3. Теории мотивации в менеджменте подразделяются на две категории
   а) системные и процессуальные;
   б) сущностные и формальные;
   в) содержательные и процессуальные
4. В менеджменте основу использования каких методов управления в организации составляют законодательные и нормативные акты.
   а) социологические;
   б) организационно-распорядительные;
   в) экономические.
5. Показатель, характеризующий стоимость основных средств, приходящихся на одного работника, - это
   а) фондоотдача;
   б) фондовооруженность;
   в) фондоемкость;
   г) нет верного ответа.
6. Объем производства и реализации продукции, как правило, в годовом исчислении по соответствующей номенклатуре, ассортименту и качеству - это
   а) производственная программа;
   б) производственная мощность;
   в) номенклатура производства;
   г) нет верного ответа.
7. Конечный продукт производственного процесса предприятия - это
   а) незавершенное производство;
   б) полуфабрикат;
   в) готовая продукция;
   г) нет верного ответа.
8. Задолженность покупателей, заемщиков или любых других подотчетных лиц, которая должна быть выплачена в течение оговоренного раннее периода времени, - это
   а) кредиторская задолженность;
   б) заемные средства;
   в) дебиторская задолженность;
   г) нет верного ответа.
9. С точки зрения маркетинга товар — это:
   а) результат исследований, разработок и производства
   б) продукт труда предназначен для продажи
   в) все, что предлагается на рынке с целью удовлетворения потребностей потребителей

г)все товары на предприятиях

10. Согласно теории менеджмента задачей проведения текущего контроля не может быть?

а) выявление нарушений и нарушителей;

б) проверка эффективности и оптимальности выбранного варианта действий;

в) обеспечение непрерывности процесса производства.

Блок 2 проверка умений

2.1. Соотнесите концепции маркетинга с их основными идеями:

А. Производственная концепция (совершенствования производства)

Б. Продуктовая концепция (совершенствования товара)

В. Сбытовой концепции (интенсификации коммерческих усилий)

Г. Маркетинговой концепция

Д. Концепция социально-этичного маркетинга

Е. Маркетинг взаимодействия

I. утверждает, что потребители отдают предпочтение доступным и дешевым товарам.

II. утверждает, что потребители отдадут предпочтение товарам, предлагающим наивысшее качество, обладающим лучшими эксплуатационными свойствами и характеристиками.

III. потребители не будут приобретать товары фирмы в достаточном объеме, если она не прило-жит значительных усилий к его продвижению.

IV. утверждает, что потребитель отдаст предпочтение тому предприятию, которое наиболее полно и эффективно, по сравнению с конкурентами, удовлетворить требования рынка.

V. предполагает установление нужд, потребностей и интересов целевых рынков и удовлетворе-ние потребителей более эффективными, чем у конкурентов, способами при сохранении и укреплении благополучия потребителя и общества в целом.

VI. ориентирующая организацию на установление долгосрочных взаимоотношений с клиентом и на удовлетворение целей участвующих в сделках (коммуникациях) сторон.

2.2. Соотнесите различные виды маркетинга:

А. Массовый маркетинг

Б. Дифференцированным маркетингом

В. Целевой маркетинг

I. применяется при всеобщем охвате потенциальных потребителей одной и той же группой род-ственных товаров.

II. понимается вид маркетинга, который характеризуется тем, что для различных групп потребителей предлагаются различные по своим потребительским свойствам товары.

III. вид маркетинга, который характеризуется тем, что он применяется для конкретной узкой группы потенциальных потребителей в процессе предложения им товара, имеющего специ-фические особенности, делающие этот товар привлекательным и желаемым для группы потребителей.

2.3. Выберите методы принятия управленческих решений для решения соответствующих управленческих задач:

1. Платежная матрица	a. применяется в тех случаях, когда имеется минимум информации о решаемой проблеме и установлены сжатые сроки для ее решения.
2. Метод мозгового штурма	b. используется в случаях, когда собрать в

	одном месте группу специалистов невозможно, например, если в состав участников решения проблемы включены представители различных географически отдаленных друг от друга и от центрального аппарата управления филиалов и подразделений организации.
3. Метод Делфи	c. выбор стратегии, которая в наибольшей степени будет способствовать достижению целей

2.4. Выберите типы информационной поддержки организационно-управленческих решений в соответствии с видами управления:

1. Стратегический менеджмент	a. системы отчетности
2. Тактический менеджмент	b. системы обработки текущих бизнес-операций

2.5. Сопоставьте возможные варианты значения рентабельности активов и их интерпретацию:

1. Значение показателя немного превышает стоимость долгосрочных заемных средств	a. свидетельствует о низкой прибыльности.
2. Отрицательное значение	b. свидетельствует о деградации предприятия.
3. Высокое положительное значение	c. означает наличие ресурсов для выплаты дивидендов акционерам или поддержания дальнейшего развития.

БЛОК 3 – ПРОВЕРКА НАВЫКОВ

Ознакомьтесь с ситуацией. Выполните поставленную задачу:

1. Постройте несколько возможных видов организационно-управленческих структур.
2. Выберите ту структуру, которая наиболее подходит для данной ситуации.

Исходные данные. Торговая фирма. Проведено обследование торговой фирмы, результаты которого представлены в таблице.

Направление деятельности	Бизнес-проект
Торговля	Продажа бытовой техники Продажа отделочных материалов
Организационная деятельность	Структурная единица
Коммерческая	Руководство коммерческой службы Отдел закупок Таможенный отдел Отдел маркетинга Отдел, реализующий бизнес-проект 1 Отдел, реализующий бизнес-проект 2
Финансовая	Руководство финансовой службы Финансовый отдел Планово-экономический отдел Бухгалтерия
Исполнительная	Руководство исполнительной дирекции Общий отдел Юридический отдел Отдел управления персоналом

	Административно-хозяйственный отдел

Методические рекомендации к процедуре оценивания

Оценка результатов обучения по дисциплине, характеризующих сформированность компетенции, проводится в процессе промежуточной аттестации студентов посредством контрольного задания. При этом процедура должна включать последовательность действий, описанную ниже.

1. Подготовительные действия включают:

– предоставление студентам контрольных заданий, а также, если это предусмотрено заданием, необходимых приложений (формы документов, справочники и т. п.);

– фиксацию времени получения задания студентом.

2. Контрольные действия включают:

– контроль соблюдения студентами дисциплинарных требований, установленных Положением о промежуточной аттестации обучающихся и контрольным заданием (при наличии);

– контроль соблюдения студентами регламента времени на выполнение задания.

3. Оценочные действия включают:

– восприятие результатов выполнения студентом контрольного задания, представленных в устной, письменной или иной форме, установленной заданием;

– оценка проводится по каждому блоку контрольного задания по 100-балльной шкале;

– подведение итогов оценки сформированности компетенции и результатов обучения по дисциплине с использованием формулы оценки результата промежуточной аттестации и шкалы интерпретации результата промежуточной аттестации.

Оценка результата промежуточной аттестации выполняется с использованием формулы:

$$P = \frac{\sum_{i=1}^{n} П_i}{3}$$

где $П_i$ – оценка каждого блока контрольного задания, в баллах

Шкала интерпретации результата промежуточной аттестации (сформированности компетенций и результатов обучения по дисциплине)

Результат промежуточной аттестации (*P*)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
0–36	Не сформирована.	неудовлетворительно (не зачтено)	F (не зачтено)
«Безусловно неудовлетворительно»: контрольное задание выполнено менее, чем на 50%, преимущественная часть результатов выполнения задания содержит грубые ошибки, характер которых указывает на отсутствие у обучающегося знаний, умений и навыков по дисциплине, необходимых и достаточных для решения профессиональных задач, соответствующих этапу формирования компетенции.			
37–49	Уровень владения компетенцией	неудовлетворительно (не зачтено)	FX (не зачтено)

Результат промежуточной аттестации (*P*)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
	недостаточен для её формирования в результате обучения по дисциплине.		
«Условно неудовлетворительно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, значительная часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на недостаточный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, необходимыми для решения профессиональных задач, соответствующих компетенции.			
50–59	Уровень владения компетенцией посредственен для её формирования в результате обучения по дисциплине.	удовлетворительно (зачтено)	E (зачтено)
«Посредственно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 50%, большая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
60–69	Уровень владения компетенцией удовлетворителен для её формирования в результате обучения по дисциплине.	удовлетворительно (зачтено)	D (зачтено)
«Удовлетворительно»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 60%, меньшая часть результатов выполнения задания содержит ошибки, характер которых указывает на посредственный уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, но при этом позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые профессиональные задачи.			
70–89	Уровень владения компетенцией преимущественно высокий для её формирования в результате обучения по дисциплине.	хорошо (зачтено)	C (зачтено)
«Хорошо»: контрольное задание выполнено не менее, чем на 80%, результаты выполнения задания содержат несколько незначительных ошибок и технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося решать типовые и ситуативные профессиональные задачи.			
90–94	Уровень владения компетенцией	отлично (зачтено)	B (зачтено)

Результат промежуточной аттестации (*P*)	Оценка сформированности компетенций	Оценка результатов обучения по дисциплине	Оценка ECTS
	высокий для её формирования в результате обучения по дисциплине.		
«Отлично»: контрольное задание выполнено в полном объёме, результаты выполнения задания содержат одну–две незначительные ошибки, несколько технических погрешностей, характер которых указывает на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине и позволяет сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности.			
95–100	Уровень владения компетенцией превосходный для её формирования в результате обучения по дисциплине.	отлично (зачтено)	A (зачтено)
«Превосходно»: контрольное задание выполнено в полном объёме, результаты выполнения задания не содержат ошибок и технических погрешностей, указывают на высокий уровень владения обучающимся знаниями, умениями и навыками по дисциплине, позволяют сделать вывод о готовности обучающегося эффективно решать типовые и ситуативные профессиональные задачи, в том числе повышенного уровня сложности, и о способности разрабатывать новые решения.			