

Документ подписан простой электронной подписью
 Информация о владельце:
 ФИО: ЧУМАЧЕНКО ТАТЬЯНА АЛЕКСАНДРОВНА
 Должность: РЕКТОР
 Дата подписания: 17.10.2022 11:27:26
 Уникальный программный ключ:
 9c9f7aaffa4840d284abe156657b8f85432bdb16



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГУМАНИТАРНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЮУнГПУ»)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Шифр	Наименование дисциплины (модуля)
Б1.В.01.ДВ.04	Менеджмент и маркетинг в малом бизнесе

Код направления подготовки	44.03.01
Направление подготовки	Педагогическое образование
Наименование (я) ОПОП (направленность / профиль)	Технология и основы производства
Уровень образования	бакалавр
Форма обучения	заочная

Разработчики:

Должность	Учёная степень, звание	Подпись	ФИО
Преподаватель			Изюмникова Снежана Андреевна

Рабочая программа рассмотрена и одобрена (обновлена) на заседании кафедры (структурного подразделения)

Кафедра	Заведующий кафедрой	Номер протокола	Дата протокола	Подпись
Кафедра экономики, управления и права	Рябчук Павел Георгиевич	1	28.08.2019	
Кафедра экономики, управления и права	Рябчук Павел Георгиевич	1	15.09.2020	

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	3
2. Трудоемкость дисциплины (модуля) и видов занятий по дисциплине (модулю)	5
3. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	9
5. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)	10
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	15
7. Перечень образовательных технологий	17
8. Описание материально-технической базы	18

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в малом бизнесе» относится к модулю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины/модули» основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 44.03.01 «Педагогическое образование» (уровень образования бакалавр). Дисциплина является дисциплиной по выбору.

1.2 Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 час.

1.3 Изучение дисциплины «Менеджмент и маркетинг в малом бизнесе» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при изучении обучающимися следующих дисциплин: «Основы предпринимательской деятельности», «Основы предпринимательства», «Правоведение», «Философия», «Экономика образования».

1.4 Дисциплина «Менеджмент и маркетинг в малом бизнесе» формирует знания, умения и компетенции, необходимые для освоения следующих дисциплин: «Управление в малом бизнесе», «выполнение и защита выпускной квалификационной работы», «подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», для проведения следующих практик: «производственная практика (преддипломная)».

1.5 Цель изучения дисциплины:

усвоение важнейших понятий и закономерностей менеджмента, ознакомление с основными концепциями и современными подходами в теории менеджмента, формирование у студентов начальных знаний о маркетинге, представлений о его значимости и необходимости, а также дать будущим специалистам как теорию и практику маркетинга.

1.6 Задачи дисциплины:

1) освоение научных основ управленческой деятельности, рекомендации школ менеджмента.

2) освоение особенностей построения и функционирования современных организаций.

3) усвоение основных понятий в области маркетинга

4) приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций

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

№ п/п	Код и наименование компетенции по ФГОС	
	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
1	ПК-1 способен осваивать и использовать базовые научно-теоретические знания и практические умения по преподаваемому предмету в профессиональной деятельности	
	ПК.1.1 Знает содержание, особенности и современное состояние, понятия и категории, тенденции развития соответствующей профилю научной (предметной) области; закономерности, определяющие место соответствующей науки в общей картине мира; принципы проектирования и реализации общего и (или) дополнительного образования по предмету в соответствии с профилем обучения	
	ПК.1.2 Умеет применять базовые научно-теоретические знания по предмету и методы исследования в предметной области; осуществляет отбор содержания, методов и технологий обучения предмету (предметной области) в различных формах организации образовательного процесса	
	ПК.1.3 Владеет практическими навыками в предметной области, методами базовых научно-теоретических представлений для решения профессиональных задач	
2	УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	
	УК.1.1 Знает методы критического анализа и оценки информации; сущность, основные принципы и методы системного подхода.	
	УК.1.2 Умеет осуществлять поиск, сбор и обработку информации для решения поставленных задач; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; аргументировать собственные суждения и оценки; применять методы системного подхода для решения поставленных задач.	
	УК.1.3 Владеет приемами использования системного подхода в решении поставленных задач.	

№ п/п	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Образовательные результаты по дисциплине
----------	--	--

1	ПК.1.1 Знает содержание, особенности и современное состояние, понятия и категории, тенденции развития соответствующей профилю научной (предметной) области; закономерности, определяющие место соответствующей науки в общей картине мира; принципы проектирования и реализации общего и (или) дополнительного образования по предмету в соответствии с профилем обучения	3.1 особенности современного делового общения.
2	ПК.1.2 Умеет применять базовые научно-теоретические знания по предмету и методы исследования в предметной области; осуществляет отбор содержания, методов и технологий обучения предмету (предметной области) в различных формах организации образовательного процесса	У.1 применять различные техники и приемы, используемые для решения проблем в межличностном пространстве.
3	ПК.1.3 Владеет практическими навыками в предметной области, методами базовых научно-теоретических представлений для решения профессиональных задач	В.1 приемами и навыками деловой коммуникации при реализации мероприятий по управлению персоналом.
1	УК.1.1 Знает методы критического анализа и оценки информации; сущность, основные принципы и методы системного подхода.	3.2 основные экономические понятия, законы и теории, макро-и микроэкономические показатели, организационно - правовые формы предприятий, статистические методы оценки прогнозирования
2	УК.1.2 Умеет осуществлять поиск, сбор и обработку информации для решения поставленных задач; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; аргументировать собственные суждения и оценки; применять методы системного подхода для решения поставленных задач.	У.2 выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных маркетинговых ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий
3	УК.1.3 Владеет приемами использования системного подхода в решении поставленных задач.	В.2 понятийным аппаратом в области маркетинга

2. ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДОВ ЗАНЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Наименование раздела дисциплины (темы)	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Итого часов
	Л	ПЗ	СРС	
Итого по дисциплине	6	4	58	68
Первый период контроля				
<i>Место менеджмента в общей теории управления</i>	4	2	30	36
Введение в менеджмент	2		6	8
Организация как система управления	2		6	8
Целенаправленность в управлении			6	6
Решение ситуационных задач планирования деятельности менеджера		2	6	8
Анализ распределения полномочий и ответственности на примере конкретной организации			6	6
<i>Методологические основы маркетинга. Стратегические и оперативные решения в малом бизнесе</i>	2	2	28	32
Цели, задачи, предмет и основные понятия маркетинга	2		4	6
История возникновения и развитие маркетинга в малом бизнесе			6	6
Объекты и субъекты маркетинга			6	6
Стратегия целевого маркетинга		2	6	8
Товар в системе маркетинга			6	6
Итого по видам учебной работы	6	4	58	68
Форма промежуточной аттестации				
Зачет				4
Итого за Первый период контроля				72

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ) С УКАЗАНИЕМ ОТВЕДЕННОГО НА НИХ КОЛИЧЕСТВА АКАДЕМИЧЕСКИХ ЧАСОВ И ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

3.1 Лекции

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Место менеджмента в общей теории управления	4
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-1: 3.1 (ПК.1.1), У.1 (ПК.1.2), В.1 (ПК.1.3) УК-1: 3.2 (УК.1.1), У.2 (УК.1.2), В.2 (УК.1.3)	
1.1. Введение в менеджмент 1. Содержание понятия «менеджмент». 2. Методологические Менеджмент. 3. Структура менеджмента. Учебно-методическая литература: 1, 3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
1.2. Организация как система управления 1. Построение организации. 2. Виды организационных структур. 3. Делегирование полномочий. Учебно-методическая литература: 1, 3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2
2. Методологические основы маркетинга. Стратегические и оперативные решения в малом бизнесе	2
Формируемые компетенции, образовательные результаты: УК-1: 3.2 (УК.1.1), У.2 (УК.1.2), В.2 (УК.1.3) ПК-1: У.1 (ПК.1.2), В.1 (ПК.1.3), 3.1 (ПК.1.1)	
2.1. Цели, задачи, предмет и основные понятия маркетинга Цели, задачи, предмет и основные понятия маркетинга. Основные понятия маркетинга: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Цели, задачи и предмет дисциплины маркетинг. Профессиональные компетенции, формируемые при освоении дисциплины. Междисциплинарные связи маркетинга с другими дисциплинами. Структура дисциплины. Функции и принципы маркетинга Учебно-методическая литература: 2, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	2

3.2 Практические

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема и содержание	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Место менеджмента в общей теории управления	2
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-1: 3.1 (ПК.1.1), У.1 (ПК.1.2), В.1 (ПК.1.3) УК-1: 3.2 (УК.1.1), У.2 (УК.1.2), В.2 (УК.1.3)	
1.1. Решение ситуационных задач планирования деятельности менеджера 1. Понятие планирование. 2. Виды планов. 3. Требования к планированию. 4. Критерии эффективности планирования. Учебно-методическая литература: 1, 3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	2
2. Методологические основы маркетинга. Стратегические и оперативные решения в малом бизнесе	2
Формируемые компетенции, образовательные результаты: УК-1: 3.2 (УК.1.1), У.2 (УК.1.2), В.2 (УК.1.3) ПК-1: У.1 (ПК.1.2), В.1 (ПК.1.3), 3.1 (ПК.1.1)	

2.1. Стратегия целевого маркетинга 1. Типы маркетинга в зависимости от спроса. 2. Понятие рыночного сегмента. Необходимость сегментирования рынка. 3. Критерии сегментации рынка, выбор целевого сегмента. Учебно-методическая литература: 2, 4 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	2
--	---

3.3 СРС

Наименование раздела дисциплины (модуля)/ Тема для самостоятельного изучения	Трудоемкость (кол-во часов)
1. Место менеджмента в общей теории управления	30
Формируемые компетенции, образовательные результаты: ПК-1: 3.1 (ПК.1.1), У.1 (ПК.1.2), В.1 (ПК.1.3) УК-1: 3.2 (УК.1.1), У.2 (УК.1.2), В.2 (УК.1.3)	
1.1. Введение в менеджмент Задание для самостоятельного выполнения студентом: Решить задание: «Ситуация №1» (Трофимова Л.А. Практикум по дисциплинам «Основы менеджмента», «Менеджмент» по учебному модулю № 2 «Теоретические составляющие менеджмента» / Л.А. Трофимова, В.И. Пилипенко. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2019. – 99 с.) Учебно-методическая литература: 1, 3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1	6
1.2. Организация как система управления Задание для самостоятельного выполнения студентом: Решить задание: «Ситуация №2» (Трофимова Л.А. Практикум по дисциплинам «Основы менеджмента», «Менеджмент» по учебному модулю № 2 «Теоретические составляющие менеджмента» / Л.А. Трофимова, В.И. Пилипенко. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2019. – 99 с.) Учебно-методическая литература: 1, 3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	6
1.3. Целенаправленность в управлении Задание для самостоятельного выполнения студентом: Решить задание: «Ситуация №3» (Трофимова Л.А. Практикум по дисциплинам «Основы менеджмента», «Менеджмент» по учебному модулю № 2 «Теоретические составляющие менеджмента» / Л.А. Трофимова, В.И. Пилипенко. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2019. – 99 с.) Учебно-методическая литература: 1, 3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	6
1.4. Решение ситуационных задач планирования деятельности менеджера Задание для самостоятельного выполнения студентом: Решить задание: «Ситуация №4» (Трофимова Л.А. Практикум по дисциплинам «Основы менеджмента», «Менеджмент» по учебному модулю № 2 «Теоретические составляющие менеджмента» / Л.А. Трофимова, В.И. Пилипенко. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2019. – 100 с.) Учебно-методическая литература: 1, 3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	6
1.5. Анализ распределения полномочий и ответственности на примере конкретной организации Задание для самостоятельного выполнения студентом: Решить задание: «Ситуация №4» (Трофимова Л.А. Практикум по дисциплинам «Основы менеджмента», «Менеджмент» по учебному модулю № 2 «Теоретические составляющие менеджмента» / Л.А. Трофимова, В.И. Пилипенко. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2019. – 100 с.) Учебно-методическая литература: 1, 3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 2	6
2. Методологические основы маркетинга. Стратегические и оперативные решения в малом бизнесе	28

Формируемые компетенции, образовательные результаты:

УК-1: 3.2 (УК.1.1), У.2 (УК.1.2), В.2 (УК.1.3)

ПК-1: У.1 (ПК.1.2), В.1 (ПК.1.3), 3.1 (ПК.1.1)

<p>2.1. Цели, задачи, предмет и основные понятия маркетинга</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Решите ситуационную задачу по практикуму страница страница 33 № 2. (Атрушкевич Е.Б. Практикум по маркетингу: учебное пособие / ВШТЭ СПбГУ ПТД. – СПб., 2017. - 50 с.)</p> <p>Учебно-методическая литература: 2, 4</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1</p>	4
<p>2.2. История возникновения и развитие маркетинга в малом бизнесе</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Решите ситуационную задачу по практикуму страница страница 33 № 3. (Атрушкевич Е.Б. Практикум по маркетингу: учебное пособие / ВШТЭ СПбГУ ПТД. – СПб., 2017. - 50 с.)</p> <p>Учебно-методическая литература: 2, 4</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1</p>	6
<p>2.3. Объекты и субъекты маркетинга</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Решите ситуационную задачу по практикуму страница страница 34 № 1. (Атрушкевич Е.Б. Практикум по маркетингу: учебное пособие / ВШТЭ СПбГУ ПТД. – СПб., 2017. - 50 с.)</p> <p>Учебно-методическая литература: 2, 4</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1</p>	6
<p>2.4. Стратегия целевого маркетинга</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Решите ситуационную задачу по практикуму страница страница 33 № 4. (Атрушкевич Е.Б. Практикум по маркетингу: учебное пособие / ВШТЭ СПбГУ ПТД. – СПб., 2017. - 50 с.)</p> <p>Учебно-методическая литература: 2, 4</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1</p>	6
<p>2.5. Товар в системе маркетинга</p> <p>Задание для самостоятельного выполнения студентом:</p> <p>Решите ситуационную задачу по практикуму страница страница 33 № 5. (Атрушкевич Е.Б. Практикум по маркетингу: учебное пособие / ВШТЭ СПбГУ ПТД. – СПб., 2017. - 50 с.)</p> <p>Учебно-методическая литература: 2, 4</p> <p>Профессиональные базы данных и информационные справочные системы: 1</p>	6

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Ссылка на источник в ЭБС
Основная литература		
1	Менеджмент: учеб. / под общ. ред. И.Н. Шапкина. – М.: Юрайт, 2019. – 691 с.	http://www.iprbookshop.ru/30432.html
2	Акулич И.Л. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Акулич И.Л.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2010.— 525 с.	http://www.iprbookshop.ru
Дополнительная литература		
3	Герчикова, И.Н. Менеджмент [Электронный ресурс]: учебник / И.Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2019. - 510 с.	http://www.iprbookshop.ru/34466.html
4	Годин А.М. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник/ Годин А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 656 с.	http://www.iprbookshop.ru

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

№ п/п	Наименование базы данных	Ссылка на ресурс
1	Megabook – Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия	http://megabook.ru
2	Science Direct (содержит более 1500 журналов издательства Elsevier)	https://www.sciencedirect.com/

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Код компетенции по ФГОС					
Код образовательного результата дисциплины	Текущий контроль				Промежуточная аттестация
	Кейс-задачи	Реферат	Ситуационные задачи	Тест	Зачет/Экзамен
ПК-1					
3.1 (ПК.1.1)		+			+
У.1 (ПК.1.2)			+		+
В.1 (ПК.1.3)	+				+
УК-1					
3.2 (УК.1.1)				+	+
У.2 (УК.1.2)			+		+
В.2 (УК.1.3)	+				+

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

5.2.1. Текущий контроль.

Типовые задания к разделу "Место менеджмента в общей теории управления":

1. Кейс-задачи

Ирина Сергеевна Колесникова работает под руководством одного и того же начальника уже 11 лет. Однажды ее давняя подруга за чаем спросила, насколько ей хорошо работать со своим начальником? Прозвучал приблизительно такой ответ: «Вообще-то ничего. Он мне не досажает. Я делаю свою работу». Тогда подруга поинтересовалась: «Но ты же работаешь на одном месте 11 лет. Как ты работаешь? Тебя когда-нибудь повысят? Пожалуйста, не обижайся, но мне совершенно не понятно, какое отношение имеет то, что ты делаешь, к работе фирмы».

Ирина Сергеевна задумалась: «Я действительно не знаю, хорошо ли я работаю... Мой начальник никогда со мной об этом не говорит. Правда, я всегда считала, что отсутствие новостей – уже хорошая новость. Что касается содержания и важности моей работы, то при приеме на фирму мне что-то не очень внятно пояснили и больше об этом речи не было. Мы с руководителем не особенно общаемся».

Вопросы для анализа ситуации:

Какие цели и условия эффективности коммуникаций между руководителем и подчиненным отсутствуют?

Как можно определить уровень вертикальных коммуникаций?

Существуют ли возможности для восходящих коммуникаций в данной ситуации?

Каким образом можно более эффективно построить обратную связь?

Количество баллов: 20

2. Реферат

1. Сущность и содержание управления.
2. Субъекты и объекты управления в социально-экономической системе общества
3. Ключевые категории концепции управления.
4. Сущность управленческой деятельности.
5. Определение и сущность менеджмента
6. Типы организаций.
7. Основные подходы в теории управления.
8. Принципы управления.
9. Развитие управленческой мысли в России
10. Особенности российского менеджмента.

Количество баллов: 20

3. Ситуационные задачи

Решение организационных конфликтов

Задание для анализа организационного конфликта:

- 1) дать классификацию конфликта;
- 2) выявление причин конфликта;
- 3) возможные варианты урегулирования и их последствия.

Ситуация 1

В сетевом магазине на вакантные места сотрудников присылает менеджер-УП всей сети. Управляющий магазином считает, что ему присылают неподходящих людей, из-за чего многие штатные единицы подолгу вакантны. В результате конфликта после переаттестации менеджер-УП попытался не принять на новый срок управляющего, а тот, в свою очередь, подал жалобу Гендиректору сети.

Ситуация 2

Менеджер по продажам с окладом в 20 тыс. рублей считает, что для повышения его личного и профессионального статуса ему нужен престижный автомобиль. Он берет кредит и вскоре выясняет, что не справляется с платежами.

Количество баллов: 20

4. Тест

1. Управление – это:

- процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

2. Менеджмент – это:

- процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимые для того, чтобы сформулировать и достичь целей;
- особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективно и целенаправленно работающую производственную группу;
- эффективное и производительное достижение целей предприятия посредством планирования, организации и лидерства руководителя.

3. Кто является родоначальником классической школы менеджмента:

- Ч. Бебидж;
- М. Вебер;
- Ф. Тейлор.

4. Первый учебник по управлению был написан английским предпринимателем М. Вебером в:

- 1850;
- 1790;
- 1832;

5. Кто автор этих слов: «Управление – это искусство знать точно, что предстоит сделать и как это сделать самым дешевым и наилучшим способом»?

- Ч. Бебидж;
- М. Вебер;
- Ф. Тейлор.

Количество баллов: 20

Типовые задания к разделу "Методологические основы маркетинга. Стратегические и оперативные решения в малом бизнесе":

1. Кейс-задачи

Московская торговая фирма «Выбор», занимающаяся торговлей одежной, для создания собственной сбытовой сети использовала оригинальную стратегию. Ее суть заключается в том, что головная фирма полностью берет под контроль дочерние предприятия. При этом «удочеряются» уже существующие компании путем выкупа у них 75% уставного капитала при условии наличия у этих компаний торговых и складских площадей. В качестве компенсации такие компании получают от головной фирмы товары на консигнацию.

Задание к кейсу

1. В чем отличие существующей схемы развития сбытовой сети от франшизы?
2. Какие имеются выгоды для участников сбытовой сети?
3. Есть ли негативные стороны в такой стратегии?

Количество баллов: 20

2. Реферат

1. Цели и задачи маркетинга.
2. Управление и концепции управления маркетингом.
3. Анализ рыночных возможностей и отбор целевых рынков.
4. Разработка комплекса маркетинга
5. Концепция системы маркетинговой информации.
6. Маркетинговые исследования.
7. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.
8. Модели покупательского поведения. Характеристики поведения покупателя.
9. Процесс принятия решения о покупке. Варианты принятия решения о покупке товара-новинки.
10. Определение товара. Назначение товара. Позиционирование товара на рынке.

Количество баллов: 20

3. Ситуационные задачи

Определите экономическую и психологическую эффективность рекламных мероприятий фирмы, если известно следующее. Объем сбыта в среднем за день в дорекламный период составил 20 тыс. д.е., а после проведения рекламной компании он достиг 22 тыс.д.е.

Наблюдение за объемом сбыта проводилось на протяжении 10 дней. Уровень прибыли в соответствующий период достиг 15 тыс.д.е., т.е. увеличился по сравнению с дорекламным периодом на 5 тыс.д.е. Сумма расходов на рекламу составила 2 тыс.д.е. Из 10 тыс. человек, которым предлагалось просмотреть рекламные проспекты о свойствах товаров, купить их согласились 6,5 тыс. человек.

Количество баллов: 20

4. Тест

- 1) В каком соотношении зачисляются штрафы за нарушения законодательства о рекламе?
 1. 40% - в федеральный бюджет, 60% - в бюджет субъекта Российской Федерации, на территории которого зарегистрировано юридическое лицо или индивидуальный предприниматель - рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламодистрибьютер.
 2. 100% - в федеральный бюджет
 3. 50% - в федеральный бюджет, 50% - в городской бюджет.
- 2) Сущность когнитивного воздействия:
 1. Передача определенного объема информации о товаре и его качестве.
 2. Убедить действовать.
 3. Оказание внушающего воздействия.
- 3) Неэтичная реклама.
 1. Реклама, которая содержит информацию, нарушающую общепринятые нормы морали и гуманности путем употребления оскорбительных слов и сравнений, порочит объекты искусства, порочит государственные символы, национальную валюту, религиозные символы, физических и юридических лиц, какую либо деятельность, профессию, товар.
 2. Реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения.
 3. Реклама, в которой дискредитируют юридических и физических лиц, не пользующихся рекламируемым товаром.
- 4) Медиа канал:
 1. Совокупность средств распространения рекламы, характеризующихся одинаковым типом восприятия аудиторией.
 2. Телевидение.
 3. Кино.
- 5) Социальная реклама.
 1. Реклама, представляющая общественные и государственные интересы и направленная на достижение благотворительных целей.
 2. Реклама в учебных заведениях.
 3. Реклама в общественных местах.

Количество баллов: 20

5.2.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации в ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ».

Первый период контроля

1. Зачет

Вопросы к зачету:

1. Сущность и содержание управления.
2. Субъекты и объекты управления в социально-экономической системе общества
3. Сущность управленческой деятельности.
4. Определение и сущность менеджмента
5. Типы организаций.

7. Принципы управления.
8. Развитие управленческой мысли в России
9. Особенности российского менеджмента.
10. Сравнительные особенности моделей менеджмента.
11. Управленческие роли по определению Минцберга.
12. Сущность и классификация функций управления.
13. Экономические методы менеджмента.
14. Административные (организационно-распорядительные) методы менеджмента
15. Социально-психологические методы менеджмента
16. Функция контроля. Технология контроля. Требования – критерии контроля.
17. Организация как объект управления.
18. Методики анализа внешней и внутренней среды предприятия.
19. Факторы внешней среды предприятия.
20. Факторы внутренней среды предприятия.

Типовые практические задания:

1. Определите пороговую цену (цена реализации, при которой компания будет получать нулевую прибыль), если известно, что себестоимость единицы продукции равна 219 руб. Планируемый спрос на продукцию ожидается в количестве 1000 штук в месяц, при условии, что его цена будет 512 руб./шт. Постоянные затраты компании равны 15000 руб.

Проведенное маркетинговое исследование показало, что среднерыночная цена продукта равна 500 руб. Постоянные издержки 20 равны 10000, себестоимость единицы товара 250 руб., цена отгрузки 320 руб.

Определите точку безубыточности для компании (шт. и руб.).

Принято решение открыть новое предприятие по оказанию консалтинговых услуг. Целевая рентабельность продаж предполагается в размере 60 %. По предварительным расчетам, постоянные затраты составят 55000 руб./месяц. Средняя цена таких консалтинговых услуг составляет 9000 руб. Определите точку безубыточности для данного предприятия.

2. Описать систему управления деятельностью "Реализация продукции предприятия" с помощью управленческих функций. Составить организационную структуру управления предприятием из заданных элементов. Перечислить службы, которые чаще всего подчиняются заместителю директора по коммерческим вопросам крупного предприятия. Раскрыть их функции. Проанализировать материалы экспертной оценки деятельности главного технолога предприятия. Разработать производственную ситуацию по постановке задачи руководителем подчиненным с использованием мотивационных социально-психологических методов управления (третий уровень «пирамиды Маслоу»). Дать определение понятия "лидерство" в коллективе. Объяснить, как следует учитывать наличие в коллективе неформальных лидеров. Изложите вклад в развитие научного менеджмента М. Вебера.

5.3. Примерные критерии оценивания ответа студентов на экзамене (зачете):

Отметка	Критерии оценивания
"Отлично"	<ul style="list-style-type: none"> - дается комплексная оценка предложенной ситуации - демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять - последовательное, правильное выполнение всех заданий - умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Хорошо"	<ul style="list-style-type: none"> - дается комплексная оценка предложенной ситуации - демонстрируются глубокие знания теоретического материала и умение их применять - последовательное, правильное выполнение всех заданий - возможны единичные ошибки, исправляемые самим студентом после замечания преподавателя - умение обоснованно излагать свои мысли, делать необходимые выводы
"Удовлетворительно" ("зачтено")	<ul style="list-style-type: none"> - затруднения с комплексной оценкой предложенной ситуации - неполное теоретическое обоснование, требующее наводящих вопросов преподавателя - выполнение заданий при подсказке преподавателя - затруднения в формулировке выводов
"Неудовлетворительно" ("не зачтено")	<ul style="list-style-type: none"> - неправильная оценка предложенной ситуации - отсутствие теоретического обоснования выполнения заданий

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Лекции

Лекция - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой устное, монологическое, систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала с демонстрацией слайдов и фильмов. Работа обучающихся на лекции включает в себя: составление или слежение за планом чтения лекции, написание конспекта лекции, дополнение конспекта рекомендованной литературой.

Требования к конспекту лекций: краткость, схематичность, последовательная фиксация основных положений, выводов, формулировок, обобщений. В конспекте нужно помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Последующая работа над материалом лекции предусматривает проверку терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. В конспекте нужно обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

2. Практические

Практические (семинарские занятия) представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения практических занятий и семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

При подготовке к практическому занятию необходимо, ознакомиться с его планом; изучить соответствующие конспекты лекций, главы учебников и методических пособий, разобрать примеры, ознакомиться с дополнительной литературой (справочниками, энциклопедиями, словарями). К наиболее важным и сложным вопросам темы рекомендуется составлять конспекты ответов. Следует готовить все вопросы соответствующего занятия: необходимо уметь давать определения основным понятиям, знать основные положения теории, правила и формулы, предложенные для запоминания к каждой теме.

В ходе практического занятия надо давать конкретные, четкие ответы по существу вопросов, доводить каждую задачу до окончательного решения, демонстрировать понимание проведенных расчетов (анализов, ситуаций), в случае затруднений обращаться к преподавателю.

3. Зачет

Цель зачета – проверка и оценка уровня полученных студентом специальных знаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации.

Подготовка к зачету начинается с первого занятия по дисциплине, на котором обучающиеся получают предварительный перечень вопросов к зачету и список рекомендуемой литературы, их ставят в известность относительно критериев выставления зачета и специфике текущей и итоговой аттестации. С самого начала желательно планомерно осваивать материал, руководствуясь перечнем вопросов к зачету и списком рекомендуемой литературы, а также путем самостоятельного конспектирования материалов занятий и результатов самостоятельного изучения учебных вопросов.

По результатам сдачи зачета выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

4. Реферат

Реферат – теоретическое исследование определенной проблемы, включающее обзор соответствующих литературных и других источников.

Реферат обычно включает следующие части:

1. библиографическое описание первичного документа;
2. собственно реферативная часть (текст реферата);
3. справочный аппарат, т.е. дополнительные сведения и примечания (сведения, дополнительно характеризующие первичный документ: число иллюстраций и таблиц, имеющихся в документе, количество источников в списке использованной литературы).

Этапы написания реферата

1. выбрать тему, если она не определена преподавателем;
 2. определить источники, с которыми придется работать;
 3. изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников;
 4. составить план;
 5. написать реферат:
- обосновать актуальность выбранной темы;
 - указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание);
 - сформулировать проблематику выбранной темы;
 - привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию;
 - сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате.

При оформлении реферата следует придерживаться рекомендаций, представленных в документе «Регламент оформления письменных работ».

5. Тест

Тест это система стандартизированных вопросов (заданий), позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся. Тесты могут быть аудиторными и внеаудиторными. Преподаватель доводит до сведения студентов информацию о проведении теста, его форме, а также о разделе (теме) дисциплины, выносимой на тестирование.

При самостоятельной подготовке к тестированию студенту необходимо:

- проработать информационный материал по дисциплине. Проконсультироваться с преподавателем по вопросу выбора учебной литературы;
- выяснить все условия тестирования заранее. Необходимо знать, сколько тестов вам будет предложено, сколько времени отводится на тестирование, какова система оценки результатов и т.д.
- работая с тестами, внимательно и до конца прочесть вопрос и предлагаемые варианты ответов; выбрать правильные (их может быть несколько); на отдельном листке ответов выписать цифру вопроса и буквы, соответствующие правильным ответам. В случае компьютерного тестирования указать ответ в соответствующем поле (полях);
- в процессе решения желательно применять несколько подходов в решении задания. Это позволяет максимально гибко оперировать методами решения, находя каждый раз оптимальный вариант.
- решить в первую очередь задания, не вызывающие трудностей, к трудному вопросу вернуться в конце.
- оставить время для проверки ответов, чтобы избежать механических ошибок.

6. Ситуационные задачи

Ситуационная задача представляет собой задание, которое включает в себя характеристику ситуации из которой нужно выйти, или предложить ее исправить; охарактеризовать условия, в которых может возникнуть та или иная ситуация и предложить найти выход из нее и т.д.

При выполнении ситуационной задачи необходимо соблюдать следующие указания:

1. Внимательно прочитать текст предложенной задачи и вопросы к ней.
2. Все вопросы логично связаны с самой предложенной задачей, поэтому необходимо работать с каждым из вопросов отдельно.
3. Вопросы к задаче расположены по мере усложнения, поэтому желательно работать с ними в том порядке, в котором они поставлены.

7. Кейс-задачи

Кейс – это описание конкретной ситуации, отражающей какую-либо практическую проблему, анализ и поиск решения которой позволяет развивать у обучающихся самостоятельность мышления, способность выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, а также аргументировано отстаивать собственную позицию.

Рекомендации по работе с кейсом:

1. Сначала необходимо прочитать всю имеющуюся информацию, чтобы составить целостное представление о ситуации; не следует сразу анализировать эту информацию, желательно лишь выделить в ней данные, показавшиеся важными.
2. Требуется охарактеризовать ситуацию, определить ее сущность и отметить второстепенные элементы, а также сформулировать основную проблему и проблемы, ей подчиненные. Важно оценить все факты, касающиеся основной проблемы (не все факты, изложенные в ситуации, могут быть прямо связаны с ней), и попытаться установить взаимосвязь между приведенными данными.
3. Следует сформулировать критерий для проверки правильности предложенного решения, попытаться найти альтернативные способы решения, если такие существуют, и определить вариант, наиболее удовлетворяющий выбранному критерию.
4. В заключении необходимо разработать перечень практических мероприятий по реализации предложенного решения.
5. Для презентации решения кейса необходимо визуализировать решение (в виде электронной презентации, изображения на доске и пр.), а также оформить письменный отчет по кейсу.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1. Дифференцированное обучение (технология уровневой дифференциации)
2. Развивающее обучение
3. Проблемное обучение
4. Проектные технологии
5. Технология развития критического мышления

8. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ

1. компьютерный класс – аудитория для самостоятельной работы
2. учебная аудитория для лекционных занятий
3. учебная аудитория для семинарских, практических занятий
4. Лицензионное программное обеспечение:
 - Операционная система Windows 10
 - Microsoft Office Professional Plus
 - Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition
 - Справочная правовая система Консультант плюс
 - 7-zip
 - Adobe Acrobat Reader DC

